

POLSKI PLAKAT

PROPAGANDOWY
DWUDZIESTOLECIA MIĘDZYWOJENNEGO



ARCHIWUM PAŃSTWOWE W LUBLINIE

IKONOTEKA  LUBELSKA

TOM 3

REDAKCJA
Piotr Dymmel

W SERII IKONOTEKA  LUBELSKA UKAZAŁY SIĘ:

E. Błotnicka-Mazur,
*Projekty architektoniczne Bohdana Kelles-Krauzego w zasobie Archiwum Państwowego w Lublinie
i innych zbiorach archiwalnych, Lublin 2011*

Lublin po bombardowaniu 9 września 1939 roku. Album fotografii,
opracowali P. Dymmel i T. Rodziewicz, Lublin 2012

POLSKI PLAKAT PROPAGANDOWY DWUDZIESTOLECIA MIĘDZYWOJENNEGO

W ZASOBIE ARCHIWUM PAŃSTWOWEGO W ŁUBLINIE

Opracowała Monika Schmeichel-Zarzeczna



ŁUBLIN 2014

SPIS TREŚCI

Piotr Dymmel

Przedmowa

— 7 —

Wstęp

— 11 —

O początkach polskiego plakatu

— 15 —

Oblicza propagandy

— 27 —

Plakat w propagandzie politycznej dwudziestolecia międzywojennego

— 31 —

Plakat a propaganda społeczna dwudziestolecia międzywojennego

— 39 —

Katarzyna Gałęzowska

Charakterystyka archiwalna zespołu „Zbiór afiszów i druków ulotnych”

— 45 —

KATALOG PLAKATÓW

— 49 —

Opis plakatów

— 135 —

Noty biograficzne artystów

— 145 —

Bibliografia

— 157 —

PRZEDMOWA

 ddajemy do rąk łaskawych Czytelników kolejny, trzeci tom serii pt. Ikonoteka Lubelska, wydawanej przez Archiwum Państwowe w Lublinie. Dwa poprzednie, opublikowane w 2011 i 2012 roku, zawierały odpowiednio plany architektoniczne Bohdana Kelles-Krauzego i fotografie obrazujące skutki niemieckiego bombardowania Lublina z 9 września 1939 roku. Wydawnictwa te spotkały się z dużym zainteresowaniem, dziękujemy tym wszystkim, którzy stali się ich czytelnikami.

Prezentowany tom zatrzymuje nas w podobnym jak w poprzednich publikacjach czasie, choć przenosi w zupełnie inny świat materiałów ikonograficznych. Pozostajemy w okresie międzywojennym, czyli w latach 1918-1939, ale tym razem mamy możliwość spotkania z niezwykle ciekawym wizualnie i ważnym funkcjonalnie rodzajem sztuki użytkowej, jakim jest plakat. Przygotowany album koncentruje się na plakacie propagandowym, a więc takim, który z założenia miał kształtować określone postawy i zachowania społeczne. Autorką publikacji

jest Monika Schmeichel-Zarzeczna, która mimo że krótko była związana z Archiwum Państwowym w Lublinie, zdołała ją sprawnie i skutecznie opracować.

W niniejszym tomie wykorzystano plakaty o charakterze propagandowym zachowane w zbiorach Archiwum Państwowego w Lublinie, a głównie w zespole nr 632 *Zbiór afiszów i druków ulotnych 1861-1944*. Zbiór ten jest jednym z czterech zespołów w lubelskim Archiwum, w których gromadzone są tego rodzaju materiały. Liczy on dziś ponad 1200 jednostek archiwalnych. Swoimi początkami sięga 1957 roku, gdy Zygmunt Klukowski przekazał ok. 50 druków ulotnych pochodzących z lat 1920-1944. W kolejnych latach powiększały go nowe nabytki przekazywane w różnym czasie przez instytucje i osoby prywatne, choć w znacznym stopniu został on też uzupełniony plakatami, afiszami i drukami ulotnymi wyłączonymi z innych zespołów aktowych. W obrębie tego zbioru znajdują się plakaty o różnorodnej tematyce, głównie politycznej, społecznej, gospodarczej i oświatowo-kulturalnej.

Wybór plakatów o tematyce i funkcjach propagandowych jako przedmiotu publikacji nie był przypadkowy. Można zapytać, co jest wartościowego w plakatach, które spotykamy niemal codziennie na ulicy, a które, gdy staną się już nieaktualne z uwagi na niesione informacje lub cele, są usuwane i wyrzucane do kosza. Mają więc charakter druków służących do doraźnych celów, co najwyżej mogą je gromadzić niektóre instytucje kultury, jak biblioteki i archiwa. Odpowiedź na to pytanie znajdziemy w tej publikacji, przekonującej, że sztuka plakatu nie tylko pełniła ważne funkcje polityczne i społeczne, ale także ma cenne walory artystyczne i estetyczne.

Zbiór plakatów przechowywanych w zasobie Archiwum Państwowego w Lublinie, z uwagi na jego zróżnicowanie tematyczne i artystyczne, autorka uznała za zespół reprezentatywny dla polskiego plakatu propagandowego okresu dwudziestolecia międzywojennego. Plakat propagandowy zaistniał w Polsce już na początku odzyskania niepodległości w 1918 roku. Zrazu wykorzystywany był głównie jako narzędzie propagandy wojennej bądź politycznej, z czasem pojawił się także plakat o tematyce gospodarczej, społecznej i kulturalnej. Miał na celu uzdrowienie polskiego rynku, propagował krajowy handel, a także zachęcał do prowadzenia zdrowego trybu życia. Dużą rolę odgrywał też plakat kulturalny, który informował m.in. o wystawach i koncertach muzycznych.

Prezentowane w albumie plakaty były wykonane w różnych zakładach litograficznych na terenie całego kraju, w Warszawie, Łodzi, Toruniu i we Lwowie. Ich autorami byli uznani polscy artyści. Szczególnie interesujące pod względem

plastycznym plakaty propagandowe pochodzą z okresu wojny polsko-bolszewickiej. Tworzyli je F. Szczęsny-Kowarski, E. Bartłomiejczyk, F. Nieczuja-Urbański, B. Nowakowski i T. Gronowski. Plakaty o tematyce politycznej projektowane były głównie przez S. Norblina i W. Boguckiego. Prawdopodobnie najbardziej znaną grupę tworzą plakaty o charakterze społecznym i gospodarczym. Należą do nich dzieła zaprojektowane przez S. Sandecką i M. Nowickiego.

Należy wspomnieć, że wydanie plakatów zostało poprzedzone wystawą pt. „Oblicza propagandy – polski plakat dwudziestolecia międzywojennego”, pokazaną przez Archiwum Państwowe w Lublinie w marcu i kwietniu 2014 roku. Na wystawie zaprezentowano wybór plakatów z okresu międzywojennego, przechowywanych w zasobie lubelskiego Archiwum. Ekspozycja składała się z trzech grup ukazujących różne obszary działań propagandowych: wojenny, polityczny i społeczno-gospodarczy. Tylko nieduża część obiektów zamieszczonych w niniejszym albumie była pokazana na tej wystawie.

Piotr Dymmel

Dyrektor Archiwum Państwowego w Lublinie

WSTĘP

W zasobie Archiwum Państwowego w Lublinie przechowywany jest obszerny zbiór afiszy i druków ulotnych obejmujący materiały z okresu od drugiej połowy XIX wieku do 1939 roku. W zbiorze tym znajduje się ponad 100 plakatów z okresu dwudziestolecia międzywojennego. Ich zróżnicowanie, zarówno pod względem formalnym, jak i treściowym, pozwala ukazać wyjątkowe osiągnięcia polskiej grafiki użytkowej w krótkim okresie odbudowy i kształtowania się II Rzeczypospolitej. Znajdują się tu m.in. prace Tadeusza Gronowskiego – jednego z najbardziej wziętych polskich plakacistów, artysty o międzynarodowej sławie, którego twórczość z powodzeniem można traktować jak całą epokę w rodzimej sztuce plakatowej. Ugrupowanie rytmistów, mających wpływ na powstanie dekoracyjnego stylu dwudziestolecia, reprezentują artyści tacy jak Felicjan Szczęsny-Kowarski, Zygmunt Kamiński czy Władysław Skoczylas. Z kolei nurt malarski doskonale oddają projekty Stefana Norblina.

Uwzględniając kryterium tematyczne, niniejszy zbiór można określić jako reprezentatywny dla realizacji międzywojennych o charakterze propagandowym. Plakat propagował w tym czasie rozmaite idee, czyniąc je, dzięki środkom artystycznym, dostępnymi tak dla elit, jak i dla szerokich rzesz mieszkańców dużych miast i małych miasteczek. Był więc nie tylko narzędziem agitacji, ale przede wszystkim sztuką ulicy. Propaganda w dwudziestoleciu prowadzona była na wielu płaszczyznach, wśród zachowanych plakatów wyróżniają się jej dwa główne nurty. Pierwszym jest propaganda polityczna. Plakaty reprezentujące ten nurt pochodzą w dużej mierze z okresu wojny polsko-bolszewickiej (1920). Są to realizacje, w których główny środek wyrazu stanowią groteska i karykatura, mające na celu przedstawienie bolszewików jako ciemieżycieli i wrogów narodu polskiego, w szczególności polskiej wsi. Można tu również odnaleźć kilka plakatów ilustrujących potrzeby wojska polskiego, a także zachęcających do zakupu Pożyczki Odrodzenia Polski, która miała pomóc podźwignąć się rodzimej gospodarce. Ich autorami są znani artyści: Felicjan Szczęsny-Kowarski, Edmund Bartłomiejczyk, Franciszek Nieczuja-Urbański czy Bogdan Nowakowski i Tadeusz Gronowski. Charakterystyczne dla tego zbioru są również plakaty wyborcze pochodzące z tzw. wyborów brzeskich, które odbyły się w 1930 roku. Dominują realizacje nawiązujące do głosowania na stronnictwo Marszałka Józefa Piłsudskiego. Są to projekty autorstwa m.in. Stefana Norblina oraz Bolesława Suraty.

Prawdopodobnie najbardziej wyrazistą grupę tworzą plakaty o charakterze społecznym i społeczno-gospodarczym. Dwudziestolecie międzywojenne to okres, w którym bardzo duże znaczenie dla polskiej gospodarki miał handel, upowszechniany przez organizowanie różnego rodzaju jarmarków, wystaw i targów – anonsowanych właśnie za pomocą ówczesnego plakatu. W okresie kryzysu związanego z hiperinflacją i denominacją ulice zdominowały realizacje nawiązujące do korzystania z usług polskich banków i różnych przedsiębiorstw. Sztuka plakatowa wspierała też akcje podejmowane przez środowiska walczące z aktualnymi problemami i patologiami społecznymi, takimi jak alkoholizm czy gruźlica. Wśród realizacji związanych z tym tematem można wyróżnić takie jak: *Spirytus skażony – trucizna! Picie denaturatu powoduje śmierć*, autorstwa Henryka Czernego, *Wszyscy do walki z gruźlicą*, zaprojektowany przez Stanisławę Sandecką i Macieja Nowickiego, a także jedną z najsłynniejszych kampanii społecznych tego czasu – opatrzoną Wańkowiczowskim hasłem – *Cukier krzepi*. Do tej grupy zaliczają się również plakaty promujące wydarzenia kulturalne oraz plakaty artystyczne, informujące o wystawach malarstwa, kon-

certach, akcjach dobroczynnych, balach, sztukach teatralnych, kursach, szkołach, corocznych zjazdach, wydawnictwach książkowych i prasowych. Przywołać tu można projekt Stefana Norblina *Rolnicy popierajcie Powszechną Wystawę Krajową*, zorganizowaną w 1929 roku z okazji obchodów dziesięciolecia odzyskania niepodległości.

W niniejszej publikacji plakaty niosące treści propagandy politycznej mają numery od 1 do 28. Plakaty reprezentujące nurt propagandy społeczno-gospodarczej zgrupowane są pod numerami 29-84.

Kolekcja plakatów, przechowywana w Archiwum Państwowym w Lublinie, w szerokim zakresie prezentuje dorobek polskiej grafiki użytkowej okresu dwudziestolecia międzywojennego. Realizacje te doskonale oddają problematykę związaną z ówczesną sytuacją polityczną, gospodarczą, kulturalną i społeczną kraju. Zbiór zawiera dzieła najbardziej znanych polskich plakacistów, które pokazują różnorodność form i stylów artystycznych.

Autorstwo większości plakatów jest znane. Często jednak plakaty nie były sygnowane przez autora, stąd trudno jest dziś ustalić ich atrybucję. W przypadku gdy autor jest nieznany, w podpisach pod ilustracjami i w części katalogowej stosowano skrót A.n.

O POCZĄTKACH POLSKIEGO PLAKATU

Plakat jako forma wizualnej komunikacji jest jednym z najbardziej interesujących mediów wykorzystywanych w XX wieku. Z jednej strony, jego kolejne odsłony można analizować pod względem formalnym, poszukując w nim charakterystycznej dla danego momentu historycznego estetyki, czy śledząc następujące w kolejnych latach przeniesienia na poziomie ikonograficznym, z drugiej natomiast, biorąc pod uwagę funkcję i kierowany do określonej grupy odbiorców przekaz, mamy szansę wzbogacić swoją wiedzę na temat społeczeństwa o nowy, wizualny kontekst.

Narodziny plakatu na terenie Polski wyznacza się na schyłek XVIII wieku. Ustalenie precyzyjnej daty nie jest jednak możliwe, należy traktować ją w sposób umowny, gdyż już wcześniej ukazywały się druki o podobnym charakterze, zwane afiszami. Przez długi czas słów „afisz” i „plakat” używano jako synonimów. W rzeczywistości są to dwa różne pojęcia. Afisz to jedynie tekst i można go nazwać swego rodzaju „ojcem plakatu”, który działa przede wszystkim obrazem.

Początków powstawania afiszy można dopatrywać się już w czasach antycznych, kiedy mury miejskie pokrywane były napisami propagującymi stronnictwa polityczne czy prezentującymi spektakle teatralne i wreszcie oferty handlowe. Do dziś afisz pełni te same funkcje publicznego obwieszczenia, służąc przekazaniu przez władze informacji społeczeństwu. Za jego pomocą ogłasza się np. pobór do wojska, listy wyborcze etc. W Polsce za jeden z pierwszych afiszy uważa się XVIII-wieczny *Manifest połaniecki* Tadeusza Kościuszki. Formą przejściową między afiszem a plakatem był afisz ilustrowany, gdzie niejednokrotnie tekstowa informacja o wydarzeniu wzbogacana była ilustracją nawiązującą tematycznie do jego charakteru.

Narodziny i rozwój plakatu jako medium, działającego obrazem połączonym z krótkim wymownym sloganem, związane są z upowszechnieniem i udoskonaleniem techniki graficznej zwanej litografią. Technikę tę, polegającą na rysowaniu bądź malowaniu tłustą kredką na wypolerowanym kamieniu litograficznym, wynalazł w 1798 roku Alois Senefelder. Jednakże dopiero jej XIX-wieczne udoskonalenie, umożliwiające tworzenie wielobarwnych obrazów, zostało w pełni wykorzystane i przyczyniło się do rozwoju plakatu¹. Istotna była przede wszystkim możliwość powielania obrazu, na co nie pozwalały znane dotychczas tradycyjne techniki graficzne. Niebagatelne znaczenie miał również duży format, który można było uzyskać za pomocą litografii. Kolejnym krokiem w rozwoju technologii plakatu były narodziny i wykorzystanie metody druku offsetowego – przemysłowej odmiany druku płaskiego, gdzie obraz był przenoszony z płaskiej formy drukowej (malowanego projektu) na podłoże drukowe (papier plakatowy). W celu uzyskania możliwości masowej produkcji plakatów i druków ulotnych dążono więc do udoskonalenia technologii. Tego rodzaju działania, prowadzące do umasowienia przekazu informacji, były znamienne dla narodzin kultury masowej, która powoli stawała się wiodącą tendencją. Chociaż zjawisko to uległo szczególnej intensyfikacji w ciągu lat powojennych, stopniowo narastało co najmniej od dwóch stuleci. Kultura masowa pojawiła się jako produkt wtórny rewolucji przemysłowej, wraz z industrializmem i urbanizacją, i niemal od początku swego istnienia stała się przedmiotem krytycznych opinii i niepokoju intelektualnych sfer². Z jej powstaniem związany jest niezmiernie szybki rozwój nauki i techniki, a także postępująca automatyzacja. Realia te sprzyjały rozwojowi sztuki użytkowej, która

¹ Por.: K. Czarnocka, *Półtora wieku grafiki polskiej*, Warszawa 1962.

² Por.: A. Kłoskowska, *Kultura masowa: krytyka i obrona*, wyd. 2, Warszawa 1980, s. 100.

w odróżnieniu od sztuk wolnych powstawała w zależności od zapotrzebowania zleceniodawcy i użytkownika. Rodzący się w tych warunkach plakat od początku swojego istnienia miał naturę służebną. Jego powstanie związane było z potrzebą informowania i przekonywania społeczeństwa, propagowania różnorodnych idei i poglądów, prezentowania wydarzeń. Można więc mówić o uzależnieniu plakatu i jego charakterystycznym ukierunkowaniu. Plakat bowiem zmieniał i do dziś zmienia się nie tylko w związku z panującą modą bądź stylem artystycznym, ale przede wszystkim wraz z ustrojem politycznym czy problemami społecznymi. Jest wyrazem funkcjonujących w społeczeństwie podziałów, reprezentuje w przestrzeni publicznej ścierające się ze sobą ideologie, frakcje, rywalizujące instytucje i ugrupowania, jest swoistym „znakiem czasów”. Od samego początku związany jest również z powstałym w drugiej połowie XIX wieku pojęciem „sztuki ulicy”, będącym wyrazem potrzeby demokratyzowania twórczości artystycznej³.

W końcu XIX i na początku XX wieku, kiedy w Rzeczypospolitej na pierwszy plan wysuwała się problematyka narodowa, patriotyczny język i symbolika plakatu były w większości przypadków jednolite, zgodne z panującymi nastrojami społecznymi. Jak pisze Krzysztof Dydo: „Początki plakatu artystycznego na naszych ziemiach przypadły na trudny okres braku państwowości, jednak świadomość narodowych wartości była głęboko zakorzeniona – co też znajduje odbicie w pierwszych plakatach”⁴. Ze względu na ówczesną skomplikowaną sytuację polityczną i warunki panujące w poszczególnych zaborach narodziny i rozwój sztuki plakatowej przebiegały nierównomiernie. W tym okresie szczególne znaczenie dla wymowy i orientacji, jaką prezentował plakat, miał jego język. Rozpatrując początki plakatu w kategorii określenia jego „polskości”, należy wziąć pod uwagę podejście do „sprawy polskiej” w poszczególnych zaborach. Z tej perspektywy najtrudniejsze warunki panowały na terenie Wielkopolski. W zaborze pruskim ciężko w ogóle mówić o polskiej sztuce plakatu. Germanizacja i walka z polsnością odcisnęły piętno na rodzącej się sztuce plakatu, który był projektowany przez niemieckich grafików i przemawiał do widza jedynie w języku niemieckim. Nieco bardziej umiarkowane podejście można było zaobserwować na terenie Królestwa Kongresowego, czyli zaboru rosyjskiego. Pomimo rusyfikacji społeczeństwa polskiego powstawały plakaty dwujęzyczne, a co więcej – autorami projektów

³ *Od Młodej Polski do naszych dni – katalog wystawy plakatu*, Muzeum Narodowe w Warszawie, red. J. Zanoziński, Warszawa 1966, s. 10.

⁴ K. Dydo, *100 lat polskiej sztuki plakatu*, Kraków 1993, s. 9.

w dużej mierze byli Polacy, rzadziej natomiast Rosjanie i Żydzi. Zupełnie inaczej sytuacja wyglądała w wielonarodowym i tolerancyjnym imperium Habsburgów. Realia panujące w Galicji pozwoliły na wykształcenie się plakatu polskiego, tworzonego przez polskich artystów i komentowanego w polskim języku.

Po odzyskaniu niepodległości doszło do przesunięcia środka ciężkości w stronę problemów tworzącego się państwa polskiego. Nastąpiło rozwarstwienie w dziedzinie plakatu, pojawiły się realizacje odnoszące się do różnych kwestii na płaszczyźnie zarówno politycznej, jak i społeczno-gospodarczej. Język i ukierunkowanie plakatu zależne były od adresata. W okresie dwudziestolecia międzywojennego plakat stał się już samodzielną dyscypliną artystyczną.

Początki nowoczesnego plakatu zwykło się wiązać z okresem Młodej Polski, przypadającym na lata 1890-1910. Głównym ośrodkiem rozwoju plakatu artystycznego był wówczas Kraków. Wśród pierwszych twórców tego medium większość stanowili malarze, którzy dobrze wyczuwali i pojmowali jego ideę. Należy tu wymienić takich wybitnych twórców, jak: Józef Mehoffer, Teodor Axentowicz, Stanisław Kamocki, Wojciech Weiss. Ich projekty, nawiązujące stylistycznie do nurtu Art Nouveau, wykonywane były za pomocą litografii barwnej lub autolitoigrafii i służyły propagowaniu bali, wystaw i loterii⁵.

Źródłowe przekazy o polskich plakatach, w szczególności z terenu Galicji, zawdzięczać należy Janowi Wdowiszewskiemu, dyrektorowi Miejskiego Muzeum Techniczno-Przemysłowego w Krakowie. Zgromadził on obszerny zbiór plakatów, a jego działalność miała na celu popularyzację nowej dziedziny sztuki. W 1898 roku napisał i wydał rozprawkę pt. *Sztuka w plakatach*, zawierającą wiadomości typu encyklopedycznego. Wyłożył tam zasady nowej dyscypliny na tle rozwoju kulturalnego, a także przemysłowego i handlowego. W tym samym roku zorganizował w muzeum pierwszą wystawę plakatu. Przedstawiono na niej 250 prac artystów z różnych krajów. Dział polski liczył jedynie 15 pozycji, w tym siedem było anonimowych. Wśród znanych autorów pojawiły się takie nazwiska, jak: Teodor Axentowicz, Juliusz Kossak, Apolinary Kotowicz, Kranikowski, Konstanty Mańkowski i Piotr Stachiewicz. Skromność zbioru spowodowana była m.in. brakiem zapotrzebowania w tym okresie na sztukę użytkową⁶.

⁵ M. Ferenc, *Plakat jako narzędzie propagandy politycznej i społecznej w okresie dwudziestolecia międzywojennego w Polsce*, Warszawa 2010 (praca niepublikowana).

⁶ S. Bojko, *Polska sztuka plakatu: początki i rozwój do 1939 roku*, Warszawa 1971, s. 17.

W 1901 roku utworzono Towarzystwo Polska Sztuka Stosowana, które organizowało konkursy na plakaty oraz wystawy drukarskie, co w dużej mierze przyczyniło się do podniesienia poziomu artystycznego polskiego plakatu i zainteresowania nim. W 1904 roku na „Wystawie drukarskiej” zorganizowano dział plakatów, który reprezentowały prace Teodora Axentowicza, Kazimierza Brzozowskiego, Jacka Bukowskiego, Karola Frycza, Stefana Filipkiewicza, Józefa Mehoffera, Piotra Stachiewicza, Henryka Uziembły, Wojciecha Weissa i Stanisława Wyspiańskiego. Tak gwałtowny jego rozwój spowodowany był zmianami społecznymi i ekonomicznymi. Z początkiem XX wieku rozwinął się w Galicji kapitalizm, a co za tym idzie – zwiększyła się liczba zakładów przemysłowych. Zapotrzebowanie na reklamę rośnie z dnia na dzień. Więź tę podtrzymywały także organizacje kulturalne, naukowe, oświatowe i zawodowe. Ich pełna rozmachu i żywotności działalność doprowadziła w krótkim czasie do transformacji miasta w ośrodek intelektualny i artystyczny oddziałujący na całą Polskę.

Obok Krakowa rozwój sztuki plakatowej widoczny był również we Lwowie. Środowisko warszawskie nie mogło niestety poszczycić się wówczas interesującymi osiągnięciami. Rok 1910 zamyka pierwszy okres rozwoju polskiego plakatu. Od tego momentu do zakończenia I wojny światowej dobry plakat należał do rzadkości⁷.

Nowa sytuacja społeczno-polityczno-kulturalna, związana z odzyskaniem przez Polskę niepodległości w 1918 roku, była bodźcem do działania w każdej dziedzinie życia. Sprzyjała również komunikacji ze społeczeństwem, a także w związku z tym rozwojowi sztuki ulicy, która w przeciwieństwie do intelektualnej sztuki awangardowej posługiwała się zrozumiałym językiem i czytelnym symbolem. Po doświadczeniach rozbiorów i I wojny światowej oraz związanych z tym znaczących przemianach zachodzących w społeczeństwie i funkcjonowaniu państwa, sztuka przez dłuższy czas poszukiwała nie tylko swojego kształtu, ale też miejsca w nowym społecznym łańdźcu. W latach międzywojennych widoczne było nieustanne ścieranie się tendencji tradycyjnego realizmu, dekorowanego polskimi motywami ludowymi, z działaniami i założeniami ruchów awangardowych. Poszukiwanie języka nowoczesności, eksperymenty z formą, tak modne w dwudziestoleciu, nie znajdowały zrozumienia wśród użytkowników. Wpływało to na trudną sytuację materialną artystów i zainteresowanie innymi sposobami dotarcia

⁷ *Od Młodej Polski do naszych dni*, s. 12.

do odbiorcy. Jedną z dróg wyjścia z impasu było uprawianie sztuki użytkowej. Jak pisał Władysław Skoczylas: „Sztuka dzisiaj wygnana ze świątyń wdarła się na ulicę, do biura, do sklepu, do tramwaju, do dziennika, słowem wszędzie, gdzie żyje i pracuje współczesny człowiek”. Jednocześnie wskazał on jako dziedziny mecenatu współczesnego państwa „druki oficjalne, banknoty, znaczki pocztowe, papiery wartościowe, plakaty propagandowe, godła, plakaty ruchu turystycznego itp.”⁸. Tak więc plakat, w szczególności o charakterze propagandowym, stał się jednym z bardziej znaczących mediów i dziedzin sztuki powojennej.

Od początku lat dwudziestych wykonano wiele plakatów podejmujących tematykę związaną z tworzącym się państwem polskim. Druki te towarzyszyły wszelkim akcjom charytatywnym i społecznym oraz zapraszały na wydarzenia kulturalne o różnym charakterze. Obok prac czysto agitacyjnych, powstawały także dzieła odwołujące się do uczuć patriotycznych i tradycji narodowych. Jednym z projektów reprezentujących ten nurt jest praca Bogdana Nowakowskiego *Ojczyzna wzywa was!* z 1918 roku. Plakat polski w tym czasie odznaczał się różnorodnością i brakiem obowiązującej wspólnoty doktrynalnej w zakresie stosowanych środków formalnych. Niewątpliwie był to okres poszukiwań metod komunikacji z widzem. Artyści czerpali inspiracje z eksperymentów malarskich oraz, a może przede wszystkim, z osiągnięć grafiki i ilustracji książkowej, rozwiązań graficznych czasopism czy stylistyki exlibrisu. Charakterystyczne dla tego czasu były dosłowność i realizm przedstawienia połączone z narracyjnością. Plakaty z wczesnych lat dwudziestych uderzają nagromadzeniem szczegółów, rysunkową precyzją i swego rodzaju komiksowością. Realistyczny obraz zostaje związany z konkretnym hasłem podkreślającym jego znaczenie, choć równie dobrze mógłby on funkcjonować samodzielnie jako rysunek czy ilustracja. Z biegiem czasu pojawiła się również potrzeba unowocześnienia formy i języka plakatu z jednoczesnym zachowaniem ikonograficznych cech rodzimych. Polska sztuka ludowa została poddana syntezie i uproszczonej stylizacji utrzymanej w duchu *art déco*, co stworzyło nową jakość w projektach z zakresu grafiki użytkowej.

Rozwój reklamy i potrzeba propagowania różnego rodzaju inicjatyw spowodowały również wzrost zapotrzebowania na profesjonalnych twórców. Istotnym momentem w rozwoju plakatu międzywojennego była przeprowadzka do Warszawy Edmunda Bartłomiejczyka i Zygmunta Kamińskiego oraz związane z tym

⁸ W. Skoczylas, *Sztuka a społeczeństwo*, „Zeszyty ASP w Warszawie”, 1984, nr 4 (10), s. 25.

poprowadzenie przez nich wykładów na Wydziale Architektury Politechniki Warszawskiej. Od tej pory Warszawa wysunęła się na czołowe miejsce jako ośrodek twórczości plakatu w Polsce. Zdaniem Adama Bowbelskiego, rozwojowi grafiki, a co za tym idzie, sztuki plakatu, która znalazła wielu zwolenników w murach Politechniki Warszawskiej, sprzyjały trzy główne czynniki: „wtargnięcie nowoczesności do naszego życia, rozszerzenie pojęcia zawodu architekta, właściwy klimat stworzony przez profesorów”⁹. Głównymi ośrodkami kultury plastycznej na Politechnice Warszawskiej stały się Katedra Rysunku Odręcznego, kierowana przez Kamińskiego, oraz Pracownia Rysunku Perspektywicznego, prowadzona przez Bartłomiejczyka. Jak pisze Szymon Bojko: „Edmund Bartłomiejczyk należał do pierwszego pokolenia artystów, dla których grafika była już nie uboczną, lecz wyłączną dziedziną pracy twórczej”¹⁰. Wczesne plakaty Bartłomiejczyka (*Polski biały krzyż*, 1918, il. 1, *Smoka drożynę zwalczysz pożyczką złotą*, 1922, il. 18, *Książka w życiu kobiety decyduje o jej powodzeniu*, 1925, il. 31) pod względem stylistycznym pozostawały w kręgu oddziaływania ówczesnej grafiki książkowej oraz historyzujących projektów Zygmunta Kamińskiego. Były to raczej ilustracje o ograniczonej do sepii i szarości gamie barwnej, rysowane wprost na kamieniu litograficznym, aniżeli znaki czy symbole, do których dążono w języku plakatów. Zbyt duże nagromadzenie szczegółów oraz dosłowność ujęcia stawiają projekty artysty w gronie naiwnych i archaizujących realizacji o prowincjonalnym charakterze. Z czasem jednak dosłowne formy uległy stopniowym uproszczeniom, zmierzającym w kierunku geometryzacji. Jako przykład przytoczyć tu można takie plakaty, jak: *III Wystawa Książki Polskiej*, 1924 (il. 44), *Pierwsza Wystawa Kas Chorych w Polsce*, 1925 (il. 45), *Dział sztuki na Powszechnej Wystawie Krajowej*, 1929 (il. 54). Jedną z najbardziej udanych realizacji, choć nie pozbawioną jeszcze wpływów stylistyki exlibrisu czy okładki książkowej, był projekt na Powszechną Wystawę Krajową w 1929 roku. Kompozycja złożona z dwóch dekoracyjnie połączonych ze sobą elementów stylizowanego drzewa i sarenki tworzy niespokojny, lecz mocno rzucający się w oczy znak plastyczny. Kojące się z polską ludowością elementy poddał artysta graficznej stylizacji utrzymanej w poetyce *art déco*. Całość została podkreślona przez zastosowanie wyrazistych kolorów – cynobru i srebra. Szeroka działalność Edmunda Bartłomiejczyka oraz Zygmunta Kamińskiego w dziedzinie grafiki użytkowej doprowadziła do utrwalenia

⁹ A. Bowbelski, ze stenogramu spotkania twórców plakatu 20-lecia, Wilanów 1963, cyt. za: S. Bojko, dz. cyt., s. 58.

¹⁰ Tamże, s. 86.

nia w latach międzywojennych stylu, który określić można jako linearno-ornamentalny. Takiemu podejściu i dominacji archaizujących układów dekoracyjnych przeciwstawiła się po 1923 roku twórczość Tadeusza Gronowskiego¹¹.

W 1919 roku na Wydziale Architektury Politechniki Warszawskiej po raz pierwszy uruchomiono zajęcia z projektowania graficznego. Grafika użytkowa i tworzenie plakatu nie były ściśle powiązane z kierunkiem, ale mimo tego pozwalano na uprawianie twórczości plakatowej w ramach zajęć. Pierwszymi wykazującymi się szczególnym talentem artystami i absolwentami tego wydziału byli: Stanisław Brukalski, Tadeusz Gronowski i Edmund John. Ich prace odznaczały się wyczuciem formy, rozplanowaniem przestrzeni i liternictwem na wysokim poziomie, były zwarte i przemyślane. Dominowały w nich tendencje do stosowania prostych liter, asymetrycznych kompozycji, geometrycznych uproszczeń i deformacji. Podejście to sygnalizowało nowy etap rozwoju polskiego plakatu. W tym czasie plakat miał być medium, w którym uwidaczniała się nie tylko polska tradycja czy ludowość, ale przede wszystkim nowoczesność. Zapanowało przekonanie, że „plakat musi być modny. Plakat musi uderzać, uderza zaś przede wszystkim to, co nowe. Uprawiając plakat, trzeba ciągle czuwać nad tym, aby nie pozostać w tyle za innymi, aby być *up to date*. Plakat, choć może brzmi to paradoksalnie, jest jedną z tych gałęzi plastyki, które są najbardziej wrażliwe na nowe prądy artystyczne”¹².

Tadeusz Gronowski, uważany za jednego z najbardziej wziętych plakacistów dwudziestolecia, w młodości przygotowywał się do zawodu architekta. Choć nigdy nie został autorem żadnego budynku, umiejętności zdobyte podczas studiów z powodzeniem wykorzystywał w grafice użytkowej. Jego zmysłowy stosunek do świata połączony z architektoniczną precyzją w kompozycji wprowadził nową jakość do rozwijającej się sztuki plakatowej. Poszukiwanie harmonii widoczne było szczególnie w liternictwie. Gronowski unikał wykorzystywania dostępnych czcionek drukarskich, starannie planował każdą literę i napis powstającego projektu. Początkowo, pozostając pod wpływem Wyspiańskiego, stosował różne rodzaje antykwy, dążąc jednocześnie do stworzenia własnego kroju pisma¹³. Już jako młodzieniec współpracował z wieloma redakcjami, wydawnictwami i teatrami, co pozwoliło mu nawiązać szeroką sieć kontaktów. W 1924 roku jego nazwisko było

¹¹ *Od Młodej Polski do naszych dni*, s. 12.

¹² M. Wallis, *Grafika użytkowa Związku Słuchaczy Architektury Polskiej Politechniki Warszawskiej. Wystawy „Wiadomości literackie”*, 1934, nr 13, s. 12.

¹³ S. Bojko, dz. cyt., s. 60.

już tak znane, że piszący o nim w felietonie Antoni Słonimski zwrócił uwagę na pojawiające się wszędzie grafiki Gronowskiego – na ulicach, w tramwajach, w teatrach, w gazetach, czasopiśmie, książkach, na opakowaniach¹⁴. Chcąc podołać rosnącej popularności, artysta założył w 1923 roku atelier reklamy artystycznej o nazwie „Plakat”, do którego zaprosił architektów Jerzego Gelbarda i H. Borman¹⁵. Jednym z większych przedsięwzięć biura, w początkach jego działalności, była oprawa graficzna dla IV Targów Wschodnich zorganizowanych w 1924 roku. Zaprojektowany z tej okazji przez Gronowskiego plakat zdobył w 1925 roku grand prix w dziale Art Publicitaire na Międzynarodowej Wystawie Sztuk Dekoracyjnych i Nowoczesnego Przemysłu w Paryżu. W tym okresie twórczość artysty pozostaje pod wpływem osiągnięć kubizmu. Jego obrazy charakteryzuje łagodna rytmizacja kompozycji, postacie i przedmioty ulegają spłaszczeniu i tworzą wraz z układami litericznymi dekoracyjne zespoły (*Spółceństwo strażakowi*, 1924). Około 1928 roku zaprezentował użycie nowej techniki polegającej na równomiernym rozprowadzaniu farby za pomocą aerografu, co wzbogaciło dotychczasową technologię plastyczną. Aerograf pozwolił na uzyskanie miękkich przejść barwnych oraz tworzenie delikatnych, nieokreślonych linią form. Jak pisze Szymon Bojko: „W latach 1927-1932 linia artystyczna Gronowskiego nabrała znamion indywidualnego stylu, w pełni dojrzałego, świadomego swojego miejsca w hałaśliwym światku grafiki, której salonem była ulica, pisma ilustrowane i wnętrza sklepów z kolorowymi opakowaniami towarów”¹⁶. Można powiedzieć, że Gronowski stworzył własny język plastyczny, w którym komunikat przekazywany był przy wykorzystaniu najważniejszych osiągnięć i eksperymentów formalnych sztuki współczesnej. Jego prace charakteryzuje lekkość i umowność elementów, nieprzekraczająca jednak granicy zimnego schematu. Uproszczenie wciąż zawiera w sobie silny ładunek emocjonalny. Niezwykle istotny był dla niego również kolor, nadający kompozycji dekoracyjny charakter. Jednymi z ciekawszych plakatów Gronowskiego, przechowywanych w Archiwum Państwowym w Lublinie, są: *Dzień Spółdzielczości*, 1930 (il. 68) oraz projekt zrealizowany z okazji dziesiątej rocznicy odparcia najazdu Rosji Sowieckiej, 1930 (il. 28). W pracach tych uwidoczniło się mistrzostwo artysty w posługiwaniu się aerografem. Łagodne

¹⁴ A. Słonimski, *Tadeusz Gronowski*, „Wiadomości literackie”, 1924, nr 8, s. 3.

¹⁵ W 1926 roku Gronowski odszedł z atelier, pozostawiając jego prowadzenie Bormanowi. Od tego czasu biuro funkcjonowało pod nazwą ARA, a do współpracy zaproszono J. Mucharskiego.

¹⁶ S. Bojko, dz. cyt., s. 71.

przejścia kolorystyczne, uzyskane za pomocą „prószu”, uwypuklają uproszczone motywy, nadając im trójwymiarowość.

Twórczość Gronowskiego wpisuje się w wytworzony w drugiej połowie lat dwudziestych nurt zwany „grafiką architektów”. Związany był on z działalnością artystów i studentów Wydziału Architektury Politechniki Warszawskiej. Oprócz niego nurt ten reprezentowali m.in. Jerzy Gelbard, Stanisław Brukalski, Jan Mucharowski, Jerzy Hryniewiecki, Janusz Alchimowicz czy Andrzej Stypiński. W tym okresie wielu zwolenników zyskał również nurt o przeciwnych tendencjach, zwany „nurtem malarskim”. Uprawiany był on przez grafików warsztatowych oraz malarzy głównie z kręgu warszawskiej Akademii Sztuk Pięknych. Autor broszury towarzyszącej wystawie zorganizowanej przez KAGR¹⁷ w 1934 roku następująco charakteryzował twórczość graficzną wychowanków warszawskich uczelni: „Warszawskie życie artystyczne, a zwłaszcza szkolnictwo, poszło dwoma różnymi torami, drogi te zostały wytknięte przez Wydział Architektury Politechniki Warszawskiej z jednej strony, zaś Akademię Sztuk Pięknych z drugiej. [...] różnica ustosunkowania się tych dwóch uczelni do zagadnień twórczości artystycznej wytworzyła dwa różne kierunki, jeden będący pod wpływem zdobyczy światowej grafiki reklamowej, używający całej skali wypróbowanych technik reprodukcyjnych [...], drugi wyrósł z warsztatów czystej grafiki i głębszego zrozumienia techniki, [...] ale tym samym o wiele bardziej skrzepowany w wyrazie i tym mniej zindywidualizowany. Późniejsze czasy zatarły różnice między tymi dwoma kierunkami”¹⁸.

Jednym z najsłynniejszych plakacistów z dominującymi tendencjami malarskimi był Stefan Norblin, którego twórczość charakteryzują mocne kontrasty barwne. W latach dwudziestych cieszył się sławą porównywalną z Gronowskim. W szczególności zajmował się plakatem o charakterze turystycznym, promującym wśród zagranicznych gości polskie miasta i zabytki. W jego realizacjach dominują duże, płaskie plamy żywych kolorów, zestawiane ze sobą na podobieństwo witraży. Do ciekawych projektów artysty należą plakaty opatrzone następującymi hasłami: *Kainit daje bogate plony*, 1927 (il. 78), *Pod Jego przewodem zbudujemy potężną Polskę*, 1930 (il. 21), *Rolnicy popierajcie Powszechną Wystawę Krajową*, 1929 (il. 50). Jego prace zakorzenione są w stylistyce Młodej Polski.

¹⁷ Koło Artystów Grafików Reklamowych założone w 1933 roku z inicjatywy E. Bartłomiejczyka.

¹⁸ *Koło Artystów Grafików Reklamowych*, Warszawa 1934 (broszura wystawy), cyt. za: D. Sobczyk-Parszewska, „Bał młodej architektury”. *Próba analizy twórczości plakatu w środowisku architektów warszawskich w latach 1925-1939*, [w:] *Pierwsze półwiecze polskiego plakatu 1900-1950*, red. P. Rudziński, Lublin 2009, s. 156.

Charakterystyczne jest ich „unowocześnienie” za pomocą stosowania uproszczonych elementów i zabiegów artystycznych przy użyciu tradycyjnych, malarskich środków wyrazu. W plakatach Norblina przenikają się tendencje tradycyjne, związane z grafiką warsztatową i malarstwem, oraz nowoczesne, będące pod wpływem nurtów awangardowych, obecna jest w nich także popularna stylistyka *art déco*. W większości prezentują one zamkniętą koncepcję artysty i nie pozostawiają miejsca na domysły czy niedomówienia. Norblin nie wchodzi w grę z odbiorcą, przedstawia swoją, jasno określoną wizję, nasyoną kolorem i formą, niejednokrotnie nawiązującą też do stylistyki komiksu. Jego plakaty przyciągają uwagę, czyta się je szybko. Kompozycja bazuje zazwyczaj na trzech elementach: człowiek, krajobraz, architektura. Za pomocą tych zestawień tworzony jest czytelny komunikat. Jak pisał Tadeusz Seweryn: „Do plastycznych właściwości nowoczesnego plakatu zaliczamy stosowanie ekscentrycznie silnie działających zestawień barw [...], przeciwstawienie kompozycji prostokątowi papieru, równowagę ciężarów form pomimo asymetrycznego podziału kompozycji, geometryzowanie obrazu jako rezultat upraszczania form”¹⁹. Przykładem może tu być plakat zaprojektowany na Powszechną Wystawę Krajową w 1929 roku, zatytułowany *Rolnicy popierajcie Powszechną Wystawę Krajową*. Monumentalna postać rolnika na pierwszym planie góruje nad miastem z fabrykami i pawilonami w tle. Elementy kompozycji zostały złożone z płaskich plam mocno ze sobą kontrastujących, nienaturalnie krzykliwych kolorów. Tego rodzaju zestawienia intensywnych barw są charakterystyczne w twórczości Norblina. Rozświetlają one projekty artysty, budują niepowtarzalny klimat.

W latach dwudziestych i trzydziestych XX wieku grafika użytkowa rozwijała się pod mecenatem rządu, który wspierał wiele inicjatyw na rzecz sportu, nauki, oświaty i sztuki. W 1925 roku odbyła się w Paryżu Międzynarodowa Wystawa Sztuk Dekoracyjnych i Nowoczesnego Przemysłu, gdzie zabłysnęli polscy projektanci, zdobywając w sumie 172 nagrody. Na wystawie znalazły się również plakaty 19 polskich grafików, wśród których realizacje Tadeusza Gronowskiego i Zofii Stryjeńskiej otrzymały nagrodę *grand prix* w dziale *Art Publicitaire*. Wyróżniono też dyplomami i medalami innych polskich twórców, m.in. Axentowicza, Frycza i Uziembłę. Lata trzydzieste można nazwać okresem, w którym polski plakat osiąga swój styl „dojrzały”. Od 1922 roku projektantów-grafików kształcono w war-

¹⁹ T. Seweryn, *Sztuka Ulicy*, „Rzeczy Piękne”, 1930, nr 10-12, s. 159, cyt. za: K. Kulpińska, *Przepis na plakat według Stefana Juliusza Norblina*, [w:] *Pierwsze półwiecze*, s. 97.

szawskiej Akademii Sztuk Pięknych. Artyści zaczęli działać w małych grupach, bądź zrzeszali się w nowo powstałych agencjach reklamowych. Tworzenie plakatów zlecały już nie tylko przedsiębiorstwa, instytucje państwowe czy społeczne, ale także koncerny zagraniczne, takie jak Ford, General Motors, Palmolive czy Colgate. W tym okresie zaczyna się rywalizacja w prowadzonych kampaniach reklamowych. Przedsiębiorstwa, ponosząc wysokie koszty, reklamowały się przez plakat, neon, opakowanie, wystawę czy ogłoszenie. Różne instytucje, w tym Instytut Propagandy Sztuki, obejmowały patronaty nad licznymi „konkursami plakatowymi”, a Instytut Spraw Socjalnych za pomocą tychże druków realizował akcje społeczne z zakresu bezpieczeństwa i higieny, profilaktyki zdrowotnej czy pracy lub oświaty. Rosnąca popularność i zapotrzebowanie na grafikę użytkową oraz idąca za tym wizja korzyści materialnych doprowadziły do pojawienia się nowych uzdolnionych projektantów. W tym okresie powstały interesujące realizacje kolejnych wychowanków Politechniki Warszawskiej: Stanisława Osieckiego, Jerzego Skolimowskiego, Józefa Stypińskiego, Jerzego Hryniewieckiego, Macieja Nowickiego, Stanisławy Sandeckiej. Tworzone przez nich syntetyczne kompozycje prezentowały wyraźne tendencje geometryzujące. Czerpały one z osiągnięć kubizmu, surrealizmu oraz dorobku grafików europejskich.

Rozwój grafiki użytkowej, a w szczególności plakatu, który przez cały okres dwudziestolecia gościł w przestrzeni polskich miast, niewątpliwie wpłynął korzystnie na podniesienie poziomu świadomości i estetycznego wycucia w społeczeństwie. Zaslugi na tym polu należy oddać jednak nie tylko projektantom, ale również działającym w tym okresie zakładom graficznym, które przyczyniły się do podnoszenia wartości obrazów przez doskonalenie technik drukarskich i reprodukcyjnych. Szczególnie prężnie działały wówczas zakłady litograficzne W. Głowczewskiego oraz J. Cotty, braci Koziańskich oraz Straszewiczów. Przedsiębiorstwa te zostały docenione i uhonorowane na Międzynarodowej Wystawie Sztuki i Techniki zorganizowanej w Paryżu w 1937 roku²⁰.

II wojna światowa przyniosła zastój w twórczości plakatowej. Wielu artystów wyemigrowało i rozproszyło się po świecie. Ci, którzy przetrwali okres wojennej stagnacji, zaprezentowali później realizacje otwierające kolejny etap w historii polskiego plakatu.

²⁰ *Od Młodej Polski do naszych dni*, s. 17.

OBLICZA PROPAGANDY

Słowo „propaganda” wywodzi się z łacińskiego *propagare*, co oznacza rozszerzać, rozciągać, krzewić. Choć początków działań propagandowych badacze upatrują w czasach starożytnych, to sam termin do użytku społecznego został wprowadzony stosunkowo późno, bo dopiero w XVII wieku. Została wtedy powołana, uznawana za pierwszą w historii, instytucja propagandowa Sacra Congregatio de Propaganda Fide, która miała za zadanie kształcić misjonarzy do szerzenia wiary na „nowych” kontynentach. Z biegiem lat „za istotę wszelkiego rodzaju działania propagandowego zaczęto uznawać jej oddziaływanie na rzecz pozyskiwania zwolenników idei czy akcji”²¹. Propaganda jest terminem o bardzo szerokim znaczeniu, co sprawia, że nie sposób zamknąć jej w jednej obowiązującej definicji. W literaturze przedmiotu występuje więc wiele sformułowań dotyczących

²¹ H. M. Kula, *Propaganda współczesna: istota, właściwości*, Toruń 2005, s. 9.

tego terminu. Za jedną z ważniejszych definicji z początku XX wieku uważa się podaną w 1931 roku przez W. W. Bidelle'a, według którego „pod wpływem propagandy każda jednostka zachowuje się tak, jakby jej reakcje były wynikiem jej własnej decyzji. Szereg jednostek można zmusić do takiego samego zachowania, przy czym każdą pozornie kierują jej własne sądy”²². Wśród polskich badaczy na uwagę zasługuje obszerna definicja Michała Szulczewskiego, zdaniem którego: „propaganda to celowe, perswazyjne oddziaływanie na zbiorowość, zmierzające przez kształtowanie ludzkich postaw do wywoływania pożądanych zachowań”²³. Ciekawe stanowisko prezentował również Tadeusz Pszczołowski, podkreślając istotę i sposób osiągania zamierzeń: „propaganda to krzewienie wśród ludzi zaufania i pewnych idei, programów działań, ich upowszechnianie, przedstawianie i oświeclanie pewnych faktów, wyrabianie opinii, argumentowanie lub kontrargumentowanie w prowadzonej walce politycznej, ideologicznej i światopoglądowej”²⁴. W świetle tych definicji, propaganda ma na celu wywieranie wpływu na ludzi. Praktycznie zawsze służy określonej idei i związanej z nią polityce, jest więc realizowana w sposób interesowny. Ponadto prezentuje aktywny stosunek do rzeczywistości, atakuje treści i działania o kierunku przeciwnym, kreuje obraz świata zgodny z reprezentowaną ideą bądź postawą społeczną.

Współcześnie słowo „propaganda” niesie ze sobą wyraźnie negatywny ładunek emocjonalny. Związane jest to z działaniami podejmowanymi przez rządy totalitarne w okresie II wojny światowej i po jej zakończeniu. Dziś na określenie działań perswazyjnych mających na celu pozyskanie odbiorcy używa się takich słów, jak informowanie, komunikowanie, promowanie czy popularyzowanie. W okresie międzywojennym termin ten nie budził tak jednoznacznie negatywnych skojarzeń, stąd też powstawały instytucje typu Instytutu Propagandy Sztuki, który miał na celu popularyzowanie polskiej sztuki współczesnej. Słowa „propaganda” niejednokrotnie używano zamiennie ze słowem „reklama”. Związane jest to z faktem, iż propaganda jest zjawiskiem operującym szerokim zakresem form. Rozróżnić można propagandę bezpośrednią, wymagającą kontaktu z odbiorcą, oraz pośrednią, posługującą się różnymi środkami przekazu, głównie masowego, takimi jak słowo pisane, obraz, znak i symbol. Propaganda pośrednia w dużej mierze ma charakter wizualny, wykorzystuje więc środki stosowane w działa-

²² D. Krech, R. Crutchfield, *Theory and Problems of Social Psychology*, New York 1948, s. 346; por.: B. Dobek-Ostrowska, J. Fras, B. Ociepka, *Teoria i praktyka propagandy*, Wrocław 1997, s. 8.

²³ M. Szulczewski, *Propaganda polityczna: pojęcia – funkcje – problemy*, Warszawa 1971, s. 52.

²⁴ T. Pszczołowski, *Umiejętność przekonywania i dyskusji*, Warszawa 1962.

niach reklamowych. Cytowany już M. Szulczewski określa reklamę jako „płatne, zorganizowane oddziaływanie perswazyjne, którego skutkiem powinno stać się zainteresowanie produktem czy usługą i w konsekwencji nabycie”²⁵. Działanie perswazyjne oraz nastawienie na osiągnięcie określonego celu są właściwe zarówno dla materiałów wytwarzanych na potrzeby propagandy, jak i dla reklamy. Wśród mediów wykorzystywanych przez oba te zjawiska należy wymienić wszystkie osiągnięcia techniki XIX i XX wieku, takie jak: prasa, radio, telewizja, ale również ulotki czy plakaty.

W okresie I wojny światowej oraz w dwudziestoleciu międzywojennym szczególne miejsce w działalności propagandowej zajmował plakat. Był to prosty środek ułatwiający dotarcie do szerokiego kręgu odbiorców. Połączenie obrazu oraz krótkiego hasła musiało być wymowne i nasycone silnym ładunkiem emocjonalnym. Jak pisze Ernst Growald: „Celem plakatu jest zalecić pewną rzecz temu, który jej nie szuka. Plakat powinien zwrócić na siebie uwagę i pozostawić długotrwałe wrażenie. Plakat dobry nie powinien być czytany, lecz oglądany”²⁶.

W Polsce w okresie dwudziestolecia międzywojennego można dokonać klasyfikacji propagandy ze względu na przekazywaną treść i szerzone idee oraz podzielić ją na polityczną i społeczno-gospodarczą.

Propaganda polityczna związana była z wszelkimi działaniami prowadzonymi przez rząd, partie polityczne oraz administrację, które miały na celu wypracowanie pewnych postaw i przekonań obywateli wobec polityki nowo powstającego państwa. Podstawą było określenie motywacji politycznej, czyli według M. Szulczewskiego: „[...] w imię jakiej idei [...] chce się wywierać wpływ, w jakim kierunku zmierzać mają dążenia werbunkowe i oddziaływania, o co i przeciw czemu prowadzi się walkę”²⁷. Pojęcie propagandy politycznej zawiera w sobie kilka charakterystycznych elementów. Przede wszystkim jest ona prowadzona w ustalonym celu, czasami mogą być też wyznaczane pośrednie cele pomocnicze. Akcja propagandowa jest zaplanowana, określone są jej kolejne etapy i wykorzystywane w nich środki. Istotny jest także element perswazyjności. Chodzi przede wszystkim o dotarcie do adresata, „pozyskiwanie jego uwagi i zabieganie o przychylność, zjednywanie go dla własnej idei, odstręczanie od przeciwstawnej. Apelowanie do motywacji altruistycznych adresata jako członka społeczności, wykazywanie zbieżności wy-

²⁵ M. Szulczewski, *Propaganda polityczna: pojęcia*, s. 52.

²⁶ U. Jarecka, *Propaganda wizualna słusznej wojny: media wizualne XX wieku wobec konfliktów zbrojnych*, Warszawa 2008, s. 70.

²⁷ M. Szulczewski, *Propaganda polityczna: zarys problematyki teoretycznej*, Warszawa 1972, s. 70.

suwanych propozycji z interesem ogółu – środowiska, ale także zwracanie się do motywacji niealtruistycznych, do bodźców takich jak egoizm²⁸. Propaganda polityczna jest terminem odnoszącym się w dużej mierze do walki wyborczej, gdzie działania partii politycznych ukierunkowane są na pokonanie konkurencji w starciu o władzę. Ponadto jest ona postrzegana jako działanie jednokierunkowe, niedające adresatowi możliwości nawiązania dialogu lub chociaż wyrażenia opinii (zarówno aprobującej, jak i dezaprobuującej). Jedyną możliwością odpowiedzi na propagandę jest późniejsze zachowanie odbiorcy komunikatu.

Propaganda o charakterze społeczno-gospodarczym miała na celu zintegrowanie społeczeństwa, promowanie określonych wzorców i zachowań, a także wpływanie na poprawę jakości i stylu życia. W zależności od sytuacji gospodarczej i ekonomicznej kraju promowała również rodzime wydarzenia, produkty i instytucje. W przeciwieństwie do propagandy politycznej, pozostawiała możliwość dialogu, reprezentowała różne obszary życia, uzależnione od potrzeb odbiorcy. Tego rodzaju agitację socjolog Jacques Ellul określił mianem propagandy socjologicznej, której główną zasadą jest generowanie sprzyjającego klimatu. Działanie to ma służyć podejmowaniu decyzji przez osoby będące obiektem działań propagandowych, tak aby były one przekonane o słuszności dokonywanych wyborów²⁹.

²⁸ Tamże.

²⁹ J. Ellul, *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*, red. A. A. Knopf, New York, 1965, s. 62-63.

PLAKAT W PROPAGANDZIE POLITYCZNEJ DWUDZIESTOLECIA MIĘDZYWOJENNEGO

 la właściwego zrozumienia kierunków działań propagandowych prowadzonych w okresie dwudziestolecia międzywojennego niezbędne jest rozpatrywanie ich w kontekście sytuacji politycznej tworzącego się od podstaw państwa polskiego. Jednym z pierwszych czynników, które uruchomiły maszynę propagandową, były złe stosunki z Rosją Sowiecką, co doprowadziło w 1920 roku do wybuchu wojny polsko-bolszewickiej. Po zawarciu rozejmu w Compiègne w 1918 roku i wycofaniu wojsk niemieckich z Europy Środkowej powstała tzw. „polityczna pustka” pomiędzy II Rzeczpospolitą a Rosją. Doszło więc do starcia zbrojnego o granice i sposób politycznego zorganizowania tego regionu. Przełomowym wydarzeniem wojny polsko-bolszewickiej była wygrana przez Polaków Bitwa Warszawska, rozstrzygnięta w sierpniu 1920 roku. Wojna została ostatecznie zakończona podpisaniem traktatu w Rydze w 1921 roku.

Zarówno strona polska, jak i rosyjska prowadziły w trakcie działań wojennych szeroko zakrojoną akcję propagandową. Jej cel stanowiły zjednoczenie

i mobilizacja narodu w obliczu wroga oraz wezwanie do obrony kraju. W Polsce agitacja miała charakter silnie antykomunistyczny. Powołano w tym czasie kilka instytucji zajmujących się propagandą, były to m.in.: Komitet Obrony Kresów Wschodnich i Straż Kresowa, Oddział II Informacyjno-Prasowy Generalnego Inspektoratu Armii Ochotniczej (w jego ramach referat propagandy), Biuro Propagandy Wewnętrznej przy prezydium Rady Ministrów, Sekcja Propagandy Obywatelskiego Komitetu Obrony Państwa, Biuro Propagandy Ligi Obrony Państwa oraz Centralny Komitet Propagandy³⁰. O skali działań propagandowych prowadzonych już w 1919 roku przez bolszewików świadczy pismo wystosowane przez Towarzystwo Straży Kresowej do Komitetu Obrony Kresów Wschodnich: „Kresy są zasypywane literaturą bolszewicką. Agitacja komunistyczna posiłkuje się broszurą, odezwą, gazetą i plakatem. Te ostatnie zwłaszcza, kolorowane i odpowiednio podpisane, przemawiają dobitnie do prymitywnej psychiki chłopskiej. Straż Kresowa otrzymując zewsząd palące wołania o literaturę antybolszewicką, postanowiła skierować swą działalność w tym kierunku. W pierwszym rządzie opracowaliśmy projekty plakatów popularnych, z których każdy zawiera 5 do 7 obrazków z wyjaśnieniami wierszowanymi w języku polskim i białoruskim. Wzorowane one będą na tak zw. «łubkach» i rozklejane po wszystkich wsiach”³¹. W odpowiedzi na działalność strony rosyjskiej już wiosną 1919 roku zwoływano konferencje, prowadzono odczyty na Kresach i w Warszawie, drukowano ulotki, broszury, pocztówki i plakaty. Niestety, polskie instytucje nieustannie borykały się z problemami finansowymi oraz brakiem jednolitej polityki, dzięki której można by koordynować prowadzone działania. Stefan Krzywoszewski na łamach pisma „Świat” krytycznie oceniał działania strony polskiej: „nasi wrogowie umieli znacznie lepiej od nas wpływać na opinię publiczną i kształtować ją według swoich interesów [...]. Dopóki front był daleko, Warszawa tak dalece nie odczuwała wojny, że zapomniano o konieczności agitacji wśród szerokich warstw społecznych [...]. Dopiero gdy wróg wtargnął w granice Rzeczypospolitej i zagroził stolicy, podjęta została żywa agitacja”³². Pozytywnie natomiast oceniany był zapal artystów, gdyż wielu z nich włączyło się w działalność propagandową. Wśród najbardziej znanych artystów znaleźli się: Edmund Bartłomiejczyk, Władysław Teodor Benda, Felicjan Szczęsny-Kowarski, Józef Mackiewicz, Kamil Mackiewicz,

³⁰ A. Leiwand, *Polski plakat propagandowy w okresie wojny polsko-sowieckiej (1919-1920)*, [w:] *Studia z dziejów Rosji i Europy Środkowo-Wschodniej*, red. P. Łossowski, t. 28, Wrocław 1993, s. 58.

³¹ Archiwum Akt Nowych, Towarzystwo Straży Kresowej, 391, cyt. za: A. Leiwand, dz. cyt., s. 58.

³² S. Krzywoszewski, *Propaganda polska*, „Świat”, 1920, nr 34, s. 9-10.

Władysław Skoczylas. Wiele prac z tego okresu, a w szczególności plakatów, pozostało jednak anonimowych. Drukowano je w wielu miastach polski: we Lwowie, w Warszawie, Toruniu, Łodzi, Poznaniu, w różnych zakładach litograficznych.

W zasobie Archiwum Państwowego w Lublinie zachowało się 17 plakatów podejmujących tematykę wojny polsko-bolszewickiej. Pod względem tematycznym można podzielić je na trzy grupy. W pierwszej z nich znajdują się realizacje antybolszewickie, wyobrażające wroga jako potwora i barbarzyńcę, który dąży do ponownego zniewolenia i zniszczenia narodu polskiego. Są one odpowiedzią na propagandę komunistyczną. Stylistycznie pozostają osadzone w konwencji ilustracji książkowej. Mają charakter narracyjny, odznaczają się dużym nagromadzeniem szczegółów. Ich zamknięta forma nie pozostawia miejsca na niedopowiedzenia, nie porusza wyobraźni, podaje odbiorcy gotowy komunikat. Należą do nich takie projekty, jak: *Bij bolszewika*, 1919 (il. 2) czy *Potwór bolszewicki*, 1920 (il. 4), wykonane przez anonimowych twórców. Wyłania się z nich obraz bolszewika ukazywanego jako człowieka niecywilizowanego, dzikiego, o morderczym spojrzeniu. Jego fizjonomia przypomina małpę. Przekonanie Polaków o prymitywizmie i dzikości bolszewików potwierdza tekst Karola Irzykowskiego zamieszczony w „Ilustrowanym Kurierze Codziennym”: „Bolszewik nie jest dla żołnierza polskiego reprezentantem jakiegoś nowego porządku czy raczej nieporządku społecznego, nad tą stroną zjawiska nasz żołnierz mało się zastanawia – bolszewik jest dla niego gorszym gatunkiem człowieka, czymś zbliżonym do małpy. Największą obelgą w wojsku dziś jest nazwać kogoś bolszewikiem. Konie, które nasz samochód wyciągały z piasków nadbużańskich, zachęcano batem wśród okrzyków: «ty cholero bolszewicka!», a niejeden pies pułkowy nazywa się Trocki”³³. Na plakacie zatytułowanym *Potwór bolszewicki* anonimowy twórca ukazał dwugłowego potwora o ciele konia. Potwór ten ma twarze Lenina i Trockiego, a dosiada go kościotrup – śmierć. Jego szarżę powstrzymuje polski żołnierz, wbijając mu bagniet w bok. Przedstawienie zostało opatrzone wymownym podpisem: *Spójrz! Dwujęzyczny i dwugłowy | Koń śmierci z Moskwy kroczy nowy, | Lecz polskie ręce nie obwisły, | Ten koń – śmierć znalazł w nurtach Wisły!*

Drugą, liczniejszą grupę stanowią plakaty mobilizujące, zachęcające do wstępowania do armii polskiej. Ich główne hasło *Do broni!* nasuwa skojarzenie

³³ Przedruk artykułu: K. Irzykowski, *Nieco o duchu żołnierza polskiego*, [w:] *Śladami Bitwy Warszawskiej 1920*. Żeromski, Irzykowski, Grzymała-Siedlecki, oprac. M. Puchalska i Z. Stefanowska, Warszawa 1990, s. 29.

z polskimi tradycjami walk narodowowyzwoleńczych (np. plakat Zygmunta Kamińskiego *Do broni! Ojczyzna Was wzywa*, il. 5). Wezwanie to skierowane było do wszystkich stanów społecznych, co podkreślił Kamil Mackiewicz w plakacie *Hej! Kto Polak na bagnety* (il. 6). Ukazał on nacierających w jednym szeregu przedstawicieli różnych grup – chłop z kosą, robotnika z granatem i żołnierza z karabinem. Użyte przez artystę hasło pochodzi z refrenu „Warszawianki” (1831)³⁴, słynnej pieśni patriotycznej, i odnosi się do tradycji polskiej walki o wolność i niepodległość. W podobnym tonie utrzymana jest inna praca Mackiewicza, zatytułowana *Nam twierdzą będzie każdy próg* (il. 8), w której w jednym okopie bronią się robotnik, student, chłop i żołnierz, a towarzysząca im młoda kobieta podaje wszystkim chleb. Hasła nawołujące do walki niejednokrotnie występowały wspólnie z ponurymi obrazami ukazującymi kraj pod panowaniem rosyjskim. Franciszek Nieczuja-Urbański na plakacie *Do broni! Tak wygląda wieś polska zajęta przez bolszewików* (il. 9) przedstawił wizję doszczętnie spalonej wsi z – umieszczonym na pierwszym planie – zniszczonym i zbezczeszczonym kościołem.

Obok wezwań zachęcających do walki, na plakatach pojawiają się również hasła agitujące za Pożyczką Odrodzenia Polski. Wśród tego typu przedstawień na uwagę zasługuje realizacja Edmunda Bartłomiejczyka. Plakat zatytułowany *Smoka drożyznę zwalczysz pożyczką złotą, 1922* (il. 18) wykorzystuje motyw św. Jerzego walczącego ze smokiem, znany i popularny w ikonografii chrześcijańskiej. Przedstawia on młodego rycerza, którego mieczem jest *Pożyczka złotą*, a tarczą *Obligacja*. Pożyczka Odrodzenia Polski miała bowiem wspomóc gospodarkę krajową oraz wesprzeć toczącą się wojnę polsko-bolszewicką. Smok reprezentuje tu więc zagrożenie ze strony wroga, który chce pogrążyć naród pozabawiony odpowiednich środków finansowych.

Obok wojny prowadzonej z Rosją radziecką istotnym problemem odbudowującego się państwa polskiego był brak wytyczenia wyraźnych granic kraju. Zapoczątkowało to serię plebiscytów, w szczególności na Śląsku, Pomorzu, Warmii i Mazurach czy w Wielkopolsce, podczas których zamieszkujący te tereny obywatele byli nakłaniani do określenia swojej przynależności państwowej. W tym czasie „powstało wiele plakatów i druków ulotnych, które w karykaturalnie obrzydzący sposób przedstawiały wrogów kraju”³⁵. Propaganda związana

³⁴ *Hej, kto Polak na bagnety, | Żyj swobodo, Polsko żyj, | Takim hasłem cnej podniety, | Trąbo nasza wrogom grzmij, „Warszawianka” 1831.*

³⁵ J. Wojciechowski, *Plakat polityczny i druk ulotny II Rzeczypospolitej*, [w:] *Plakat i druk polityczny Polski międzywojennej: katalog wystawy 17 września – 15 października 1997*, Radom 1997, s. 4.

z plebiscytami, zwłaszcza z walką o wyzwolenie Śląska, zostawiła w twórczości plastycznej ślad godny uwagi, choć – jak pisze Barbara Szczypka-Gwiazda – „Na tle dokonań twórczych początku XX wieku plakat plebiscytowy jawi się jako zjawisko peryferyjne, niewykorzystujące zdobyczy grafiki użytkowej. W dorobku polskiej kultury artystycznej zajmuje jednak szczególne miejsce”³⁶. Powstania na Śląsku miały charakter ludowy i demokratyczny. Związane były z odrzuceniem panowania niemieckiego i włączeniem regionu w granice II Rzeczypospolitej. Po rozpisaniu plebiscytu propaganda prowadzona była przez stronę zarówno polską, jak i niemiecką. Niejednokrotnie dochodziło do niszczenia przez Niemców polskich plakatów, afiszy czy lokali plebiscytowych. Artyści śląscy działający przy Wydziale Propagandy Komisariatu Plebiscytowego Wojciecha Korfatego stworzyli wiele interesujących realizacji. Plakaty agitacyjne napływały jednak z całego kraju. W kolekcji Archiwum Państwowego w Lublinie zachowały się dwa projekty opatrzone wspólnym hasłem *Nie damy Śląska*, 1921 (il. 19, 20). Jeden z nich, zaprojektowany przez Jerzego Gebralta, przedstawia śląską rodzinę – stanowiącą alegorię ofiary i rozpacz. Był to jeden z pierwszych plakatów wydrukowanych metodą offsetową w Zakładach Artystycznych W. Główniczewskiego na sprowadzonej z Wiednia maszynie. Plakaty napływające na Śląsk z centralnej Polski spotkały się jednak z krytyką tamtejszej społeczności. Uważano bowiem, iż artyści ze środowiska warszawskiego nie potrafią oddać atmosfery i mentalności Ślązaków. Istotny jest jednak fakt, że w tym czasie rozrosły się obszar i aparat środków oddziaływania propagandowego. Pomimo plebiscytu prowadzonego na Śląsku „agitacja swoim zasięgiem objęła całe społeczeństwo”³⁷.

Wartość plakatów propagandowych, w szczególności o charakterze politycznym, polega nie tyle na ich walorach artystycznych, choć oczywiście te również w wielu przypadkach są obecne, ile na sile i skuteczności używanych w danym momencie i sytuacji argumentów. Dlatego też w tego typu realizacjach często posługiwano się karykaturą, ośmieszano przeciwników politycznych. Projektom towarzyszyła ograniczona, zgaszona gama barwna. Obraz musiał być sugestywny, lecz niekoniecznie piękny. Tego rodzaju działania sprawiły, iż zarówno plakaty, jak i inne druki ulotne stały się przede wszystkim szczególnym rodzajem dokumentów uzupełniających źródła historyczne. „Historia plakatu politycznego

³⁶ B. Szczypka-Gwiazda, *Perswazja – propaganda – władza: spojrzenie na dzieła polskiego plakatu plebiscytowego na Śląsku*, [w:] *Znak, znaczenie, komunikacja*, red. M. Juda, Katowice 2002, s. 94.

³⁷ Tamże.

pozwała [...] na zestawienie wspólnych, przeplatających się w języku afisza pojęć, które zawsze łączą się z nadrzędnym, głównym jego zadaniem, jakim jest komunikacja wizualna”³⁸.

Plakaty polityczne dostarczają wielu informacji na temat wewnętrznej sytuacji politycznej w kraju. Ukazują one wzajemne relacje, a także strukturę ugrupowań politycznych działających w tym okresie. Szczególne miejsce zajmują tu plakaty wyborcze. W zasobie Archiwum Państwowego w Lublinie zachowały się prace odnoszące się do słynnych „wyborów brzeskich”. W 1930 roku w sytuacji narastającego kryzysu społecznego oraz sporów toczonych pomiędzy sprawującym władzę BBWR a opozycją doszło do rozwiązania sejmu i ogłoszenia powtórnych wyborów. Działacze opozycji skupieni w partiach lewicowych (PPS, PSL, „Wyzwolenie”) zawarli sojusz z partiami centrowymi (PSL, „Piast”, Narodowa Partia Robotnicza), tworząc blok zwany „Centrolewem”³⁹. Jak pisze Marta Karamańska: „W tymże czasie dość ostro występowała skupiona w Centrolewie opozycja rządowa, przygotowująca różnego typu akcje polityczne i protestacyjne. Wówczas doszło także do brutalnej walki sanacji przeciwko opozycji. Posunięto się aż do pogwałcenia zasad demokratycznych i aresztowania przywódców opozycyjnych, a zarazem posłów. Postawiono ich przed sądem i w wielu wypadkach doprowadzono do wyroków skazujących”⁴⁰. Oskarżonych przywódców osadzono w twierdzy w Brześciu na czas trwania powtórnych wyborów, co pozwoliło sanacji ponownie objąć władzę.

W czasie prowadzenia kampanii wyborczych ulice miast oblepiane były dużą ilością plakatów i afiszy, za pomocą których niejednokrotnie szydzono i oczerziano przeciwników politycznych. Jeden z plakatów z tego okresu, nawołujący do głosowania na Listę nr 8 Chrześcijańskiego Związku Jedności Narodowej, opatrzony został hasłem *Patrzcie, dokąd prowadzi naród Lewica* (il. 26). Ponad sloganem wyborczym znajduje się ilustracja przedstawiająca szpaler złożony z przedstawicieli różnych partii politycznych o lewicowych poglądach. Widoczne są chorągwie komunistów, P.P.S., N.P.R. czy P.S.L. Postacie z chorągwiami poganiają batami obywateli, którzy kolejno zrzucani są w przepaść. Inny plakat tej partii jako jeden z postulatów wyborczych głosi chęć „odżyczenia kraju” (il. 27).

³⁸ Tamże, s. 89.

³⁹ A. Szablowska, M. Seńkiw, *Plakat polski ze zbiorów Muzeum Etnografii i Przemysłu Artystycznego Instytutu Narodoznawstwa Narodowej Akademii Nauk Ukrainy we Lwowie*, Warszawa 2009, s. 337.

⁴⁰ M. Karamańska, *Słownictwo polityczne Drugiej Rzeczypospolitej Polskiej w latach 1926-1939*, Kraków 2007, s. 6.

W pracach z tego okresu odnajdujemy wiele karykaturalnych przedstawień grup społecznych, np. obszarników, kleru, Żydów, robotników czy chłopów.

Nieco inny charakter mają plakaty agitujące na rzecz głosowania na stronnictwo Marszałka Piłsudskiego. Wykonywane przez znanych twórców projekty gloryfikują postać komendanta, ukazując go jako bohatera narodowego, który odbuduje potęgę kraju. Piłsudski postrzegany był bowiem wówczas jako wcielenie narodowej idei niepodległościowej i zbrojnego czynu, przez co już wcześniej stał się inspiracją i tematem licznych powieści, broszur, druków ulotnych, pocztówek i plakatów. Na zaprojektowanym przez Stefana Norblina plakacie Piłsudski został przedstawiony jako budowniczy (il. 21). Monumentalna postać stoi ponad miastem, układając piramidę stworzoną z fabryk i wieżowców. Całość opatrzona jest wymownym hasłem: *Pod Jego przewodem zbudujemy potężną Polskę*. Kolejny plakat pochodzący z tej samej kampanii wyborczej Piłsudskiego zawiera treść: *Zgodna myśl obywateli to siła całego państwa. Głosując na listę nr 1 pomagasz pracy Marszałka Piłsudskiego* (il. 22). W centrum umieszczony jest wielki, czerwony posąg jedyńki (numeru listy wyborczej), utrzymywany przez wiele silnych męskich ramion. Dominuje kolorystyka czerwieni i czerni, co przyciąga uwagę odbiorców.

Również w 1930 roku przypadła dziesiąta rocznica odparcia najazdu wojsk sowieckich. Z tej okazji powstał zaprojektowany przez Tadeusza Gronowskiego plakat zatytułowany *X rocznica odparcia najazdu Rosji Sowieckiej* (il. 28). Artysta jako motyw przewodni ukazał bohatera narodowego, którym był oczywiście Piłsudski. Za nim, na tle Warszawy, umieszczone zostały postacie księcia Józefa Poniatowskiego i Tadeusza Kościuszki. Upamiętnienie tego wydarzenia miało na celu m.in. propagandę prośanacyjną i umocnienie władzy piłsudczyków przez przypomnienie osiągnięć młodego, niepodległego państwa.

PLAKAT A PROPAGANDA SPOŁECZNA DWUDZIESTOLECIA MIĘDZYWOJENNEGO

Propaganda, jak już zostało to wspomniane, jest zjawiskiem unikalnym i niezwykle szerokim. W dużej mierze polega ona na subtelnych relacjach wypracowywanych pomiędzy jednostką a społeczeństwem. Dlatego też – choć najczęściej kojarzy nam się wyłącznie z polityką i władzą – od dawna jest również z powodzeniem wykorzystywana w innych sferach życia. Francuski socjolog Jacques Ellul uważał, że propaganda jest głównym elementem rozwoju współczesnego społeczeństwa. W jego opinii: „Propaganda nie jest tylko techniką. Jest niezbędnym warunkiem rozwoju i postępu technicznego oraz stworzenia cywilizacji technologicznej”⁴¹. Inny z badaczy Talcott Parsons definiuje propagandę jako próbę „oddziaływania na postawy [...] za pomocą bodźców językowych, słowa pisanego lub mówionego”⁴². Pojęcie propagandy społecznej odnosi się do działań

⁴¹ J. Ellul, dz. cyt., s. 10.

⁴² Cyt. za: S. Kuśmierski, *Świadomość społeczna, opinia publiczna, propaganda*, Warszawa 1987, s. 185.

większych społeczności, mających na celu zintegrowanie jak największej liczby osób, unifikację zachowań według jakiegoś określonego wzorca wewnątrz społeczeństwa oraz promowanie stylu życia na zewnątrz, wśród innych społeczeństw. Za pomocą działań propagandy społecznej kreuje się również popularność i modę na pewne zjawiska, zachowania czy reakcje. Czynnikiem determinującym działanie tego rodzaju agitacji jest sytuacja społeczna, ekonomiczna oraz polityczna. Ma ona o wiele szerszy zasięg niż agitacja o charakterze politycznym. Uderza w problemy, zagadnienia i zainteresowania dużych społeczności. Jedną z cech odróżniających propagandę społeczną od politycznej będzie więc jej masowość. Istotny jest również brak oddziaływania przez określone terminy czy pojęcia, co było właściwe propagandzie politycznej. Agitacja społeczna jest dużo bardziej swobodna, spontaniczna i elastyczna. Jej subtelne działanie podkreśla Curtis Daniell McDougal: „Należy unikać frontального atakowania jakichkolwiek trendów. Lepiej skoncentrować swoje wysiłki na stworzeniu psychologicznych warunków sprzyjających uzyskaniu oczekiwanych rezultatów w sposób niejako naturalny”⁴³. W tym przypadku bowiem działania propagandowe mają wpływ na zachowanie całych społeczeństw, a nie na postawy czy poglądy małych grup lub jednostek.

Spółeczeństwo polskie w pierwszych latach po odzyskaniu niepodległości było niezwykle różnorodne. Miało to oczywiście związek z rozbieżnościami dotyczącymi sytuacji Polaków w poszczególnych zaborach. Po wojnie różnice te przejawiały się m.in. w strukturze etnicznej, hierarchii społecznej, przeciętnym wykształceniu i jego charakterze, materialnym poziomie życia, mentalności i obyczajowości jednostek oraz grup społecznych. W okresie dwudziestolecia udało się osiągnąć względną integrację i ujednolicenie społeczeństwa zwłaszcza pod kątem edukacyjnym i obyczajowym. Jak pisze Włodzimierz Mędrzecki, z czasem „znaczna większość obywateli umiała posługiwać się polskim językiem literackim i dysponowała tym samym, podstawowym kodem kulturowym, w którym obowiązywała jedna hierarchia wartości oraz system norm społecznych”⁴⁴.

Jednym z tematów podejmowanych w działaniach propagandy społecznej, dążącej do podniesienia poziomu życia i świadomości odbiorców, był problem higieny i ochrony zdrowia. Na pierwszy plan wysuwała się w tym czasie walka z gruźlicą i alkoholizmem, „zwłaszcza z piciem denaturatu, czego zgubne skutki

⁴³ J. Ellul, dz. cyt., s. 65.

⁴⁴ W. Mędrzecki, *Spółeczeństwo Drugiej Rzeczypospolitej*, 2008, źródło: <http://www.dwudziestolecie.muzhp.pl/index.php?dzial=latadwudzieste3> (dostęp: 25.08.2014).

z dramatyczną ekspresją przedstawiali twórcy plakatów⁴⁵. Przykładem plakatu poświęconego tej problematyce jest projekt Henryka Nowiny-Czernego z 1930 roku zatytułowany *Spirytus skażony – trucizna! Picie denaturatu powoduje śmierć* (il. 29). Uproszczona i zgeometryzowana kompozycja ukazuje ubraną w czarną szatę śmierć, nalewającą fioletowy płyn do kieliszka. Butelka opatrzona jest etykietą z napisem *Spirytus skażony*. Przedstawienie to w bardzo wymowny, a zarazem interesujący sposób ukazuje skutki picia denaturatu. Do podjęcia walki z gruźlicą wzywał natomiast plakat autorstwa pary architektów Stanisławy Sandeckiej i Macieja Nowickiego, wykonany dla Polskiego Towarzystwa Przeciwgruźliczego (il. 30). W obrazie tym siedzący na wspiętym koniu i ubrany w błękit rycerz przebija kopią leżącego u jego stóp węża, symbolizującego chorobę. Przedstawienie zostało opatrzone wezwaniem *Wszyscy do walki z gruźlicą*.

Obok walki z chorobami istotną rolę odgrywało propagowanie oświaty. Polityka społeczna dwudziestolecia zwalczała analfabetyzm i zapóźnienia cywilizacyjne. Według spisu ludności przeprowadzonego w 1921 roku, około 33% obywateli powyżej 10 roku życia było analfabetami⁴⁶. Jedną z reform mających poprawić ten stan rzeczy było wprowadzenie jednolitej i bezpłatnej szkoły powszechnej oraz objęcie dzieci i młodzieży siedmioletnim obowiązkiem szkolnym. W celu spopularyzowania edukacji organizowano różnego rodzaju akcje charytatywne, jak dofinansowywanie szkół, żywienie ubogich czy propagowanie czytelnictwa. Znalazło to odbicie w pracach polskich plakacistów. Przytoczyć tu można choćby wspomniany już wcześniej plakat Edmunda Bartłomiejczyka, opatrzony nieco przekornym tytułem *Książka w życiu kobiety decyduje o jej powodzeniu*, czy też plakat zaprojektowany przez Grabowskiego, a reklamujący tygodnik „Bluszcz”, który *czyta każda kulturalna Polka* (il. 32, 33). Podobnie popularyzowane były czasopisma dla dzieci i młodzieży, takie jak „Płomyk” (il. 35, 36), czy religijne – „Przewodnik Katolicki” (il. 34). Obok prasy swoją działalność promowały biblioteki i księżnice, np. Biblioteka Groszowa (il. 37), Biblioteka Domu Polskiego (il. 38), Książnica Atlas (il. 39). Organizowano również różnego rodzaju wydarzenia mające na celu propagowanie czytelnictwa wśród obywateli. Ich echem pozostają plakaty znanych artystów. Przykładowo, projekt Jana Mucharskiego promował Tydzień Powieści Polskiej, ogłaszając, iż *Polska powieść – to polski autor*,

⁴⁵ A. Sieradzka, *Polski plakat Art Déco w zbiorach Muzeum Etnografii i Rzemiosła Artystycznego we Lwowie*, Kozłówka, Muzeum Zamoyskich, 2005, s. 8.

⁴⁶ H. Brzeziński, *Gospodarcze i społeczno-kulturalne osiągnięcia Polski w okresie międzywojennym 1918-1939*, „Mixer”, [Ottawa] 2003, nr 32, s. 14.

polski papier, polski druk (il. 41). Do czytania zachęcał również plakat Michała Byliny, wydany z okazji Tygodnia Książki Polskiej (il. 40), czy projekt nieznanego artysty o wymownym hasle *Najwierniejszy przyjaciel to dobra książka* (il. 42).

Spółeczeństwo dwudziestolecia międzywojennego korzystało w coraz większym zakresie z nowoczesnych osiągnięć z dziedziny techniki, architektury, a także grafiki użytkowej. Jest to czas, kiedy przedstawiciele najbogatszych warstw mogą po raz pierwszy wybrać się w podróż samolotem, wzrasta liczba samochodów, pojawiają się pierwsze taksówki, a ulice pokryte zostają asfaltem. Architektura głównych traktów miejskich ulega zmodernizowaniu przez zastosowanie eleganckich konstrukcji żelbetowych i przeszklenie parterów budynków, które wypełniają się różnego rodzaju firmami i sklepami. Nowocześnie urządzone, eleganckie witryny, wnętrza sklepów i lokali gastronomicznych projektowane były niejednokrotnie przez tych samych młodych architektów, których nazwiska widniały na plakatach. Należeli do nich m.in. Maciej Nowicki, Stanisław Osiecki czy Jerzy Hryniewiecki⁴⁷. Można zaryzykować stwierdzenie, że sztuka użytkowa coraz głębiej przenikała strukturę miasta. Przedłużeniem sztuki i grafiki goszczącej na ulicy były tzw. imprezy propagandowo-wystawowe. Urządzano wystawy problemowe, na których głównym środkiem reklamowym był plakat. Jako przykłady można tu wymienić następujące realizacje: *Pierwsza Wystawa Kas Chorych w Polsce i III Wystawa Książki Polskiej* Edmunda Bartłomiejczyka, *Międzynarodowa wystawa komunikacji i turystyki w Poznaniu* Jerzego Alchimowicza (il. 48) czy *Jubileuszowa wystawa ogrodnicza* Edmunda Johna (il. 46). Okazję do popisu zarówno dla grafików, jak i architektów stwarzały również szeroko promowane targi – Poznańskie, Kalwaryjskie, Wschodnie, Lwowskie, a także Powszechne Wystawy Krajowe. Na uwagę zasługują tu prace m.in. Stanisławy Przybylskiej, Kazimierza Sichulskiego, Tadeusza Gronowskiego, Jerzego Hryniewieckiego.

Dużym sukcesem propagandowym była X Jubileuszowa Powszechna Wystawa Krajowa, otwarta w Poznaniu 16 maja 1929 roku przez prezydenta Ignacego Mościckiego. Zaprezentowano na niej osiągnięcia z okresu dziesięciolecia niepodległej Polski w różnych dziedzinach: gospodarki, kultury, nauki, polityki. Przygotowania do wystawy trwały kilka lat. Na 65 hektarach zaprezentowało się 1427 wystawców. Od maja do września 112 pawilonów odwiedziło cztery i pół miliona osób z całego świata. Nigdy wcześniej ani później Polacy nie zorgani-

⁴⁷ S. Bojko, dz. cyt., s. 105.

zowali tak dużej wystawy. Na uznanie zasługuje również nowoczesne podejście organizatorów, którzy do dyspozycji zwiedzających przygotowali biura obsługi publiczności, banki, kantory, kasy kolejowe, teatry i kina, a także pośtańców. Dziennikarze obsługiwani byli w prasowym biurze informacyjnym. W celu ułatwienia zwiedzania wydrukowano profesjonalne karty wstępu oraz przewodniki zawierające dokładne mapy terenu. Wydane zostały również „Katalog główny”, „Katalog rolniczy”, „Przewodnik po Wystawie Rządu” oraz „Katalog Wystawy «Polonia Zagranicą»”. Wystawa miała również swój profesjonalny dwutygodnik o nazwie „Echo Powszechnej Wystawy Krajowej”, w którym licznie reklamowali się jej uczestnicy⁴⁸. Plakaty i inne materiały promujące wydarzenie były projektowane przez wielu najznamienitszych grafików, m.in. Stefana Norblina (*Rolnicy popierajcie Powszechną Wystawę Krajową*, il. 50), Wojciecha Jastrzębowskiego (*Powszechna Wystawa Krajowa*, il. 52, 53) czy Edmunda Bartłomiejczyka (*Dział sztuki na Powszechnej Wystawie Krajowej*, il. 54).

W plakatach o tematyce propagandowej dominowała aktualna problematyka polityczno-gospodarcza, często argumentowana z perspektywy społeczno-ekonomicznej. W ówczesnej gospodarce ważnym wydarzeniem była narastająca w latach dwudziestych hiperinflacja, na którą odpowiedział reformą skarbową Władysław Grabski. Działanie to było ewenementem na skalę europejską, gdyż reforma została przeprowadzona w oparciu jedynie o środki krajowe. Panujący kryzys, potrzeba odbudowy i umocnienia rodzimej gospodarki sprawiły, że działaniami propagandowymi objęto krajowe produkty i instytucje. Istotne było propagowanie nie tyle konkretnych marek, choć taka forma reklamy również rozwijała się w tym okresie, co produktów wytwarzanych w kraju. Jak pisze Anna Sieradzka: „To plakaty namawiały też Polaków do korzystania z usług rodzimych instytucji, takich jak bank PKO, banki miejskie i spółdzielcze, przedsiębiorstwa handlu gruntami czy nieruchomościami”⁴⁹. Szeroko promowano również ubezpieczenia społeczne. Jako przykłady wymienić tu można pracę Stanisława Osieckiego, reklamującą Powszechny Zakład Ubezpieczeń Wzajemnych, z widniejącą na nim przestrogą – *Sam uciekniesz, ale cały twój dobytek spłonie* (il. 73), czy Anny Birtus – *PKO ubezpiecza na życie bez badania lekarskiego* (il. 75).

⁴⁸ M. J. Januszkiewicz, A. Pleskaczyński, *Podręcznik Poznńczyka albo 250 dowodów wyższości Poznania nad resztą świata*, Poznań 2002.

⁴⁹ A. Sieradzka, dz. cyt., s. 8.

Poprawie sytuacji ekonomicznej miało służyć również reklamowanie rodzimych produktów „od maszyn rolniczych, nawozów sztucznych i nowych odmian zbóż po artykuły spożywcze”⁵⁰. Artyści zaczęli więc tworzyć plakaty promujące krajowy przemysł i handel. Stefan Norblin we właściwy sobie, malarski sposób reklamował saletrę chilijską i kainit, stosowane jako nawozy. Jeden z jego projektów przedstawia sielankową scenę ukazującą parę szczęśliwych rolników przy sianokosach. Obrazek został opatrzony hasłem *Kainit daje bogate plony* (il. 78). W odniesieniu do artykułów spożywczych najbardziej głośna była chyba kampania promująca spożywanie cukru. Wiązała się z nią teoria głosząca, że cukier pozytywnie wpływa na siłę i sprawność fizyczną. Wyłonione na drodze konkursowej hasło przewodnie tej kampanii – *Cukier krzepi* – stworzył Melchior Wańkowicz. Wśród zachowanych plakatów na uwagę zasługuje projekt Kamila Mackiewicza, ukazujący dwie dziewczynki bawiące się kostkami cukru, które miały wrzucić do herbaty (il. 83). Interesujący jest również plakat, nieznanego autorstwa, zatytułowany *Matko! Nie żałuj cukru! Cukier krzepi* (il. 82). Widnieje na nim kobieta trzymająca za rękę dziecko. Jej uwagę przykuło ogłoszenie informujące, że cukier kupiony za 1 zł dostarcza organizmowi tyle kalorii, co słonina za 2 zł, masło za 3 zł czy mięso za 4 zł.

⁵⁰ Tamże.

KATARZYNA GALEZOWSKA

CHARAKTERYSTYKA ARCHIWALNA
ZESPOŁU „ZBIÓR AFISZÓW I DRUKÓW ULOTNYCH”

Archiwum Państwowe w Lublinie przechowuje w swoim zasobie cztery zespoły, w których są gromadzone materiały archiwalne posiadające formę afiszów, plakatów, obwieszczeń oraz innego rodzaju druków ulotnych. Do takich należą zespoły: nr 632 *Zbiór afiszów i druków ulotnych* obejmujący lata 1861-1944, nr 866 *Zbiór afiszów i druków ulotnych* obejmujący lata 1944-2014, nr 631 *Zbiór afiszów teatralnych* obejmujący lata 1852-1920 oraz nr 1411 *Zbiór plakatów, druków ulotnych i afiszów z archiwum Komitetu Wojewódzkiego Polskiej Zjednoczonej Partii Robotniczej w Lublinie* obejmujący lata 1948-1991. Afisze i plakaty znajdują się również w zespołach aktowych, najczęściej stanowią one integralne części jednostek. Przykładowo są to zespoły *Urząd Okręgu Lubelskiego – Urząd Archiwalny* z lat 1939-1944 czy *Akta miasta Lublina* z lat 1317-1950. Zbiór nr 866 jest sukcesywnie uzupełniany o nowe druki związane z różnymi zjawiskami z życia społeczno-politycznego, gospodarczego i kulturalnego.

W niniejszej publikacji wykorzystano plakaty o charakterze propagandowym zgromadzone w zespole nr 632 *Zbiór afiszów i druków ulotnych*. Na ten zbiór, zawierający obecnie 1247 j.a., składają się materiały przekazywane w różnym czasie przez instytucje i osoby prywatne. Z książki nabytków wynika, że pierwsze materiały do zespołu wpłynęły w 1957 roku. Wówczas Zygmunt Klukowski przekazał ok. 50 druków ulotnych z lat 1920-1944 (ks. nabytków nr 24/1957). Kolejny udokumentowany nabytok to 26 druków z 1921 roku przekazanych w 1979 roku przez Archiwum Państwowe w Warszawie (ks. nabytków nr 1655/79 i 1656/79). Niewielką część zbioru stanowią materiały odnalezione w 2010 roku podczas remontu Teatru Starego w Lublinie i przekazane przez Urząd Miasta (ks. nabytków nr 5181/2010). Ponadto zbiór został uzupełniony afiszami wyłączonymi z zespołów akt C. i K. Komendy Powiatowej oraz innymi drukami będącymi poza ewidencją.

Terytorialnie materiały dotyczą terenu całej Polski, ze szczególnym uwzględnieniem Lubelszczyzny. Chronologicznie obejmują okres od 1861 do 1944 roku, pochodzą więc z czasów zaboru rosyjskiego, II Rzeczypospolitej i okupacji niemieckiej w latach 1939-1944.

Zbiór częściowo jest opracowany, a częściowo zewidencjonowany. W obrębie zbioru wszystkie jednostki zostały usystematyzowane rzeczowo według podziału na różne dziedziny życia. W ramach poszczególnych serii znajdują się materiały o tematyce politycznej, społecznej, gospodarczej, oświatowo-kulturalnej. W odrębnych grupach zostały ujęte druki administracyjno-porządkowe, druki o treści religijnej, etykiety oraz druki odnalezione w Teatrze Starym.

Wśród materiałów o treści politycznej dominują ulotki Polskiej Partii Socjalistycznej i Socjaldemokracji Królestwa Polskiego i Litwy, związane z rewolucją w 1905 roku i z wyborami do Dumy Państwowej, oraz afisze, obwieszczenia i odezwy odnoszące się do takich wydarzeń, jak wojna polsko-sowiecka w 1920 roku, powstanie Tymczasowego Rządu Ludowego w 1918 roku, powołanie Rady Regencyjnej, wybory do Sejmu i Senatu II RP, I i II wojna światowa.

W grupie materiałów dotyczących spraw społecznych znajdują się m.in. dekrety Rządu Tymczasowego z 1918 roku o ośmiogodzinnym dniu pracy, odezwa w sprawie Pożyczki Odrodzenia i Pożyczki Narodowej, cegiełki na gwiazdkę dla żołnierzy polskich z 1920 roku, odezwy różnych instytucji o charakterze charytatywnym: Polskiego Białego Krzyża, Rady Głównej Opiekuńczej, Komitetu Ratunkowego Ziemi Lubelskiej.

Grupa materiałów odnoszących się do spraw gospodarczych obejmuje m.in. plakaty związane z targami międzynarodowymi w Poznaniu, targami wschod-

nimi we Lwowie, plakaty propagandowe, np. zachęcające do spożywania cukru, reklamowe Powszechnego Zakładu Ubezpieczeń Wzajemnych, Pocztovej Kasy Oszczędnościowej, uzdrowiska w Otwocku.

Druki poświęcone sprawom kulturalno-oświatowym to przede wszystkim afisze filmowe i teatralne, zawiadomienia o zabawach, loteriach, wystawach, odczytach, koncertach, plakaty reklamujące czasopisma kobiece i dziecięce, takie jak „Płomyk”, „Płomyczek”, „Bluszcz”, obwieszczenia dotyczące zbiórki na Polską Macierz Szkolną, afisze o rekrutacji do szkół, zawiadomienia o obchodach rocznic narodowych, obchodach rocznicy śmierci Marszałka Józefa Piłsudskiego.

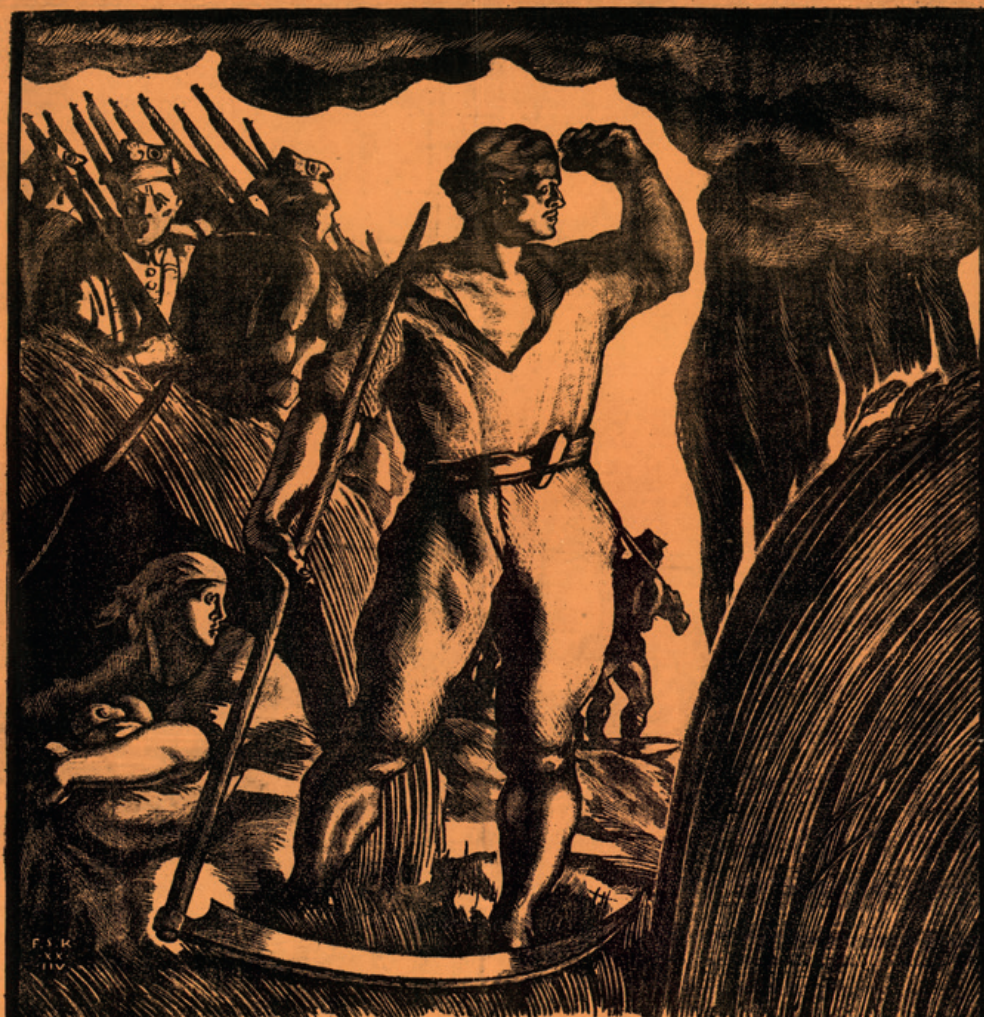
W serii grupującej druki administracyjno-porządkowe znajdują się obwieszczenia administracyjno-wojskowe, m.in. w sprawach świadczeń dla wojska w 1915 roku, werbunku do armii ochotniczej w 1920 roku, poboru do wojska w 1939 roku, obwieszczenia administracyjno-porządkowe, instrukcje i ogłoszenia dotyczące wyborów do Rady Miejskiej w Lublinie oraz wyborów do Izby Rzemieślniczej.

KATALOG PLAKATÓW



1. Edmund Bartłomiejczyk, 1918 r.





ŁUDU POLSKI!
·CHWYĆ·ZA·BRON·
·IDZIE·POŻOGA·I·MORD·
·TAM·GDZIE·PRZEJDZIE·
·BOLSZEWIK·POZOSTANA·
·ZGLISZCZA·I·GRZY·POLSKIEJ·
·WSI·BOLSZEWIK·TO·WROG·
·ŁUDU·POLSKIEGO!

WYD. BIVRA-PROPAGANDY-INSPEKTOR-GEN. A. O.

„SZYTKA” TORUŃ

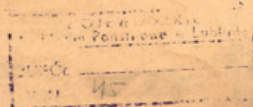
Potwór bolszewicki



Spójrz! Dwujęzyczny i dwugłowy
Koń śmierci z Moskwy kroczy nowy,

Lecz polskie ręce nie obwisły,
Ten koń—śmierć znalazł w nurtach Wisty!

Druk i wydawnictwo „Żołnierz Polskiego. „Długa 05”





5. Zygmunt Kamiński, 1920 r.



6. Kamil Mackiewicz, 1920 r.



7. Stanisław Sawiczewski, 1920 r.



9. Franciszek Nieczuja-Urbański, 1920 r.

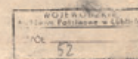
OBYWATELE! ZAPAMIĘTAJCIE TEN PLAKAT SOWIECKI!



TAK ROZWIĄZUJĄ SPRAWĘ POKOJU. BOLSZEWICY!
NIE WYSTARCZA IM NIEZLICZONA IŁOŚĆ KAWALERJI, PIECHOTY,
MASAMI SWYCH SAMOŁOTÓW GROŻĄ ZNISZCZENIEM ŚWIATU!
BRONMY SIĘ PRZED BRUTALNĄ PIĘŚCIĄ WROGA!
PRZED LOTNICTWEM NAJEŹDZCY OBRONI NAS TYLKO WŁASNE LOTNICTWO.
LIGA OBRONY POWIETRZNEJ PAŃSTWA
STWORZY PRZY WASZEJ POMOCY POLSKĄ SIŁĘ POWIETRZNĄ
GWARANCJĘ WASZEGO BEZPIECZEŃSTWA POKOJU I DOBROBYTU
WSTĘPUJCIE W SZEREGI L.O.P.P.

ZARZĄD GŁÓWNY L.O.P.P. WARSZAWA NOWY-ŚWIAT 14 POKÓJ 322. KONTA CZEKOWE P.K.O.Nr 8500

UT. ART. W. GÓWCZYŃSKI, WARSZAWA



BRON TWEJ OJCZYZNY, RODZINY I CHATY!

Oto wróg, który idzie do domu Twojego...

Spiesz! nie trać czasu!



Za broń i na wroga!

— Co wróg niesie ze sobą?

— Niesie mord, głód i śmierć dla Ciebie i dla Twojej rodziny... Niesie pożogę i zniszczenie dla Twojej chaty i dobytku... Idzie wyrzeć Ci zagon ojczysty... Idzie kościoły pohańbić... Samowolę judaszowskich „czerezwyczajek” na Ziemię Polską wprowadzić... Trądem choroby cały lud polski wygubić... I czy Ty na to pozwolisz?

— Co trzeba zrobić, by wroga powstrzymać?

— Wroga tego powstrzyma jedynie żołnierz polski, który stanął w obronie Wiary i Ojczyzny, w obronie spokoju i szczęścia wszystkich Ziemi Polskiej mieszkańców... **Wroga tego powstrzymasz Ty, jeśli zaraz, dziś, bez próżnych namysłów i wahań, razem z innymi staniesz w szeregach Armji Polskiej...**

Biura werbunkowe Straży Kresowej do kresowego pułku piechoty im. Stefana Batorego mieszczą się:

 **WARSZAWA, Nowy-Swiat 21,
LUBLIN, Szopena 15 m. 8,
CHEŁM, Lubelska 48,**

 **KOWEL, Łucka 15,
WŁODZIMIERZ, Katedralna 2,**

oraz we wszystkich miastach powiatowych ziemi podlaskiej, chełmskiej i wołyńskiej w biurach Straży Kresowej.

~~~~~

Drukarnia Literacka, Warszawa Nowy-Swiat 22.





12. Felicjan Szczęsny-Kowarski, 1920 r.



**TO·ZOSTAWIŁ·NAM·WRÓG**



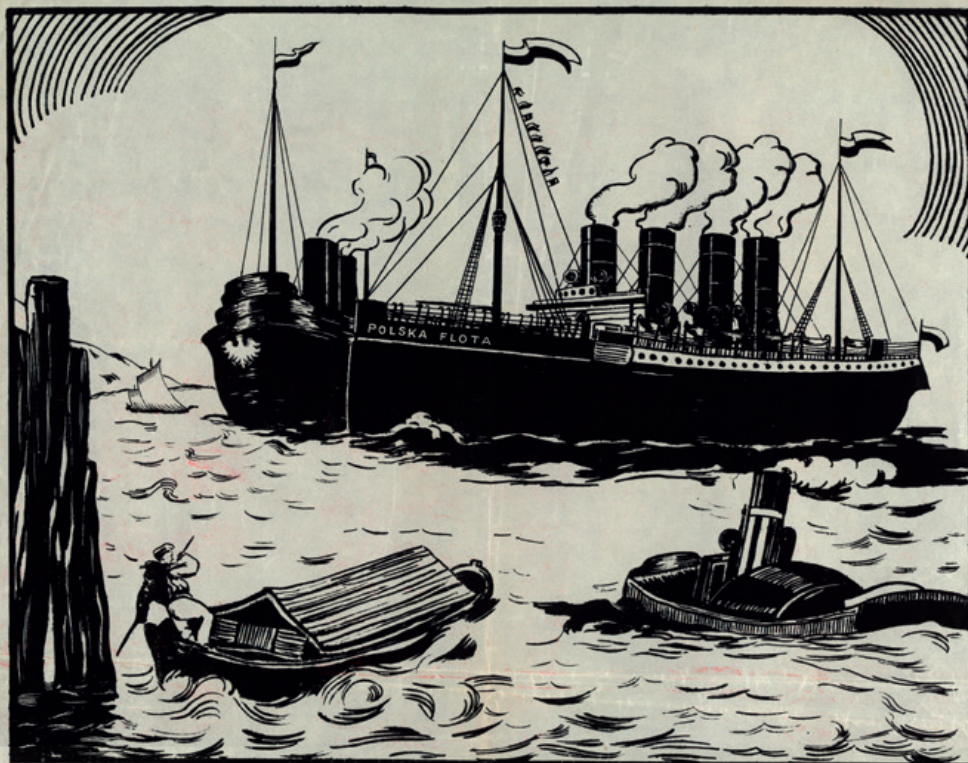
**TAK·ODBUDUJE·MY·GDY·ZAKUPISZ**



**DOŻYCZKĘ  
ODRODZENIA POLSKI**

A. GRZYBOWSKI





**POLSKIE OKRETY  
PRZYWOZIĆ BĘDĄ DO  
POLSKICH PORTÓW  
TOWARY. GDY ZAKUPISZ:  
DOŻYCZKĘ  
ODRODZENIA  
POLSKI**

A. GRZYBOWSKI

Delonick 25 3  
15/12 1920 r.









J.M.

WOJEWÓDZKIE  
Muzeum Państwowe w Lublinie  
ZESPÓŁ  
SVN. 99





17. Bohdan Bartłomiej Nowakowski, 1922 r.





18. Edmund Bartłomiejczyk, 1922 r.





19. Jerzy Gelbard, 1921 r.









21. Stefan Norblin, 1930 r.





22. Alfred Gotler, 1930 r.









24. Julian Bohdanowicz, Bolesław Suratto, 1930 r.





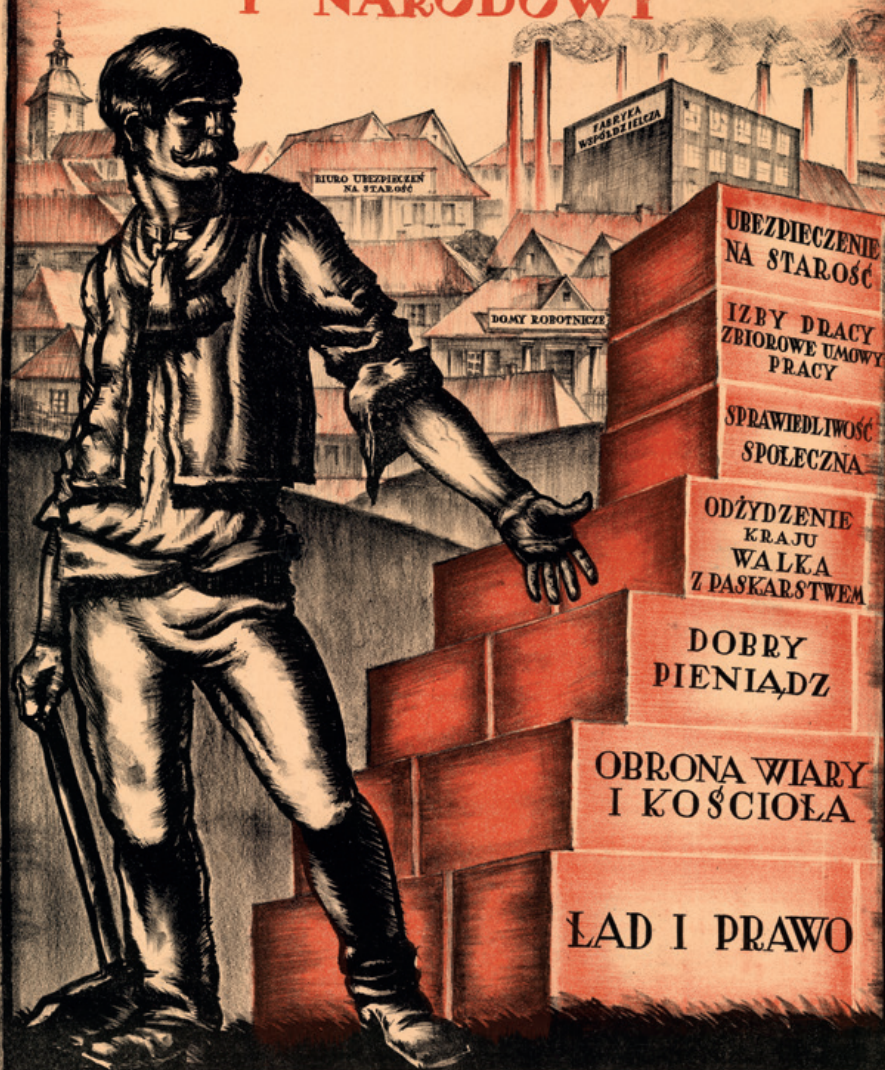


**GŁOSUJCIE NA LISTĘ N°8.**  
**CHRZEŚCJAŃSKIEGO ZWIĄZKU JEDNOŚCI NARODOWEJ**





**NA TAKICH FUNDAMENTACH  
BĘDZIE BUDOWAĆ POLSKIE  
OBOZ CHRZEŚCIJAŃSKI  
I NARODOWY**



**GŁOSUJCIĘ NA LISTĘ N°8  
CHRZEŚCIJAŃSKIEGO ZWIĄZKU  
JEDNOŚCI NARODOWEJ !!**





28. Tadeusz Gronowski, 1930 r.



29. Henryk Nowina-Czerny, 1930 r.





30. Maciej Nowicki, Stanisław Sandecka, 1933 r.





31. Edmund Bartłomiejczyk, 1925 r.











# PRZEWODNIK KATOLICKI

## ILUSTROWANE PISMO TYGODNIOWE DLA RODZIN POLSKICH

ŻĄDAJCIE BEZPŁATNYCH NUMERÓW OKAZOWYCH!!  
ADRES ADMINISTRACJI: POZNAŃ, ALEJE MARCINKOWSKIEGO NR. 22.

B.

Litografia Drukarni św. Wawrzyna w Poznaniu



Niech każdy uczeń i uczennica, a przynajmniej  
każda klasa w szkole zaprenumeruje

**PŁOMYK** z dodatkiem **PŁOMYCZEK**  
Czasopismo dla dzieci i młodzieży

Adres: Warszawa ul. Małszałkowska 123

Il. Art. W. Głównowski Warszawa



# PŁOMYK



NAPOCZYTNIEJSZY TYGODNIK ILUSTROWANY  
DŁA  
DZIECI I MŁODZIEŻY

Z DODATKIEM „PŁOMYCZEK” DŁA MŁODSZEJ DZIALTWY

REDAKCJA ✦  
ADMINISTRACJA ✦

WARSZAWA

ŚWIEŹOKRZYSKA 30  
TEL. 269.49

WYDAWCA: ZAKŁ. GRAF. S.A.















40. Michał Bylina, 1933 r.





41. Jan Mucharski, 1931 r.



**NAJWIERNIEJSZY  
PRZYJACIEL**



**DOBRA  
KSIĄŻKA**

LIT. ART. W. GŁÓWCZEWSKI, WARSZAWA









# III-CIA WYSTAWA KSIĄŻKI POLSKIEJ

WARSZAWA 18/XI-23/XI 1924

GMACH RESURSY OBYWATELSKIEJ  
KRAKOWSKIE PRZEDMIEŚCIE 66  
WEJŚCIE BEZPŁATNE

RYC. NA KAMIENIU E. BARTŁOMIEJCZYK

DRUK. LIT. BE „JAN COTTY” WARSZAWA





• **PIERWSZA WYSTAWA** •  
**KAS CHORYCH W POLSCE**  
PRZEDSTAWIAJĄCA DZIAŁALNOŚĆ I STAN KAS CHORYCH W PAŃSTWIE POLSKIM  
• **WARSZAWA** • <sup>12-20</sup><sub>LIPCA</sub> • **1925 R** •  
W KREŚLARNI POLITECHNIKI UL. KOSZYKOWA W PROST. UL. EMILJI PLATER





**JUBILEUSZOWA  
WYSTAWA  
OGRODNICZA  
W POZNANIU**

TEREN MIĘDZYNARODOWEGO TARGU POZNAŃSKIEGO  
25 • IX ~ 3 • X 1926 r.

ZAKŁ. ART. LIT. M. PUTIATYCKIEGO w POZNANIU

E. JOHN WARSZAWA



POD PROTEKTORATEM MINISTERST. PRZEMYSŁU I HANDLU  
**WYSTAWA RUCHOMA**  
 PRÓB I WZORÓW PRZEMYSŁU KRAJOWEGO

**W ZAMOŚCIU** W SALACH  
 RATUSZA

otwarta będzie od dnia 24-go do 29-go kwietnia 1928 roku włącznie.

PROGRAM WYSTAWY OBEJMUJE:

- |                                                        |                                                                                                            |
|--------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| a) próby i wzory przemysłu krajowego (około 150 firm); | d) bogaty dział sztuki ludowej jak: kilimy, dywany, inkrustacje i rzeźby w drzewie oraz dział zabawkarski; |
| b) odczyty, pogadanki i pokazy;                        | e) wyświetlanie filmów przemysłowych (bezpłatnie);                                                         |
| c) informowanie o źródłach wytwórczości;               | f) demonstrowanie wynalazków i niespodzianki.                                                              |

**PROBIERNIA WIN I MIODÓW KRAJOWYCH.**

W godzinach wieczorowych przygrywać będzie orkiestra. — Radjokoncerty.  
 Wstęp: 1 zł, ulgowy 50 gr, dla zorganizowanych wycieczek młodzieży szkolnej po 20 gr od osoby.  
**WYSTAWA OTWARTA CODZIENNIE OD GODZINY 9 RANO DO 9 WIECZ.**

Miejscowy przemysł i rzemiosła zapraszany do projektu udziału w Wystawie.

Informacji udzieli Sekretariat Wystawy w hotelu „Centrale” pokój Nr. 2.

Wydrukowano w drukarni „Prasa” w Warszawie.

Wydrukowano w drukarni „Prasa” w Warszawie.





48. Jerzy Janusz Alchimowicz, 1929 r.





Drak artystyczny Drukarni św. Wojciecha w Poznaniu.





50. Stefan Norblin, 1929 r.







52. Wojciech Jastrzębowski, 1929 r.





53. Wojciech Jastrzębowski, 1929 r.



54. Edmund Bartłomiejczyk, 1929 r.



# V. MIĘDZYNARODOWE TARGI WSCHODNIE WE LWOWIE



LIT. PILLER-NEUMANN, LWÓW.

TYG. W. SKOCZYŁAS

INFORMACJE: BIURO CENTRALNE, LWÓW JAGIELLOŃSKA 1.



56. Bronisław Kazimierz Bartel, 1925 r.





**OD 5 DO 15 WRZEŚNIA 1925**  
**V. MIĘDZYNARODOWE**  
**TARGI WSCHODNIE**  
**WE LWOWIE**

**INFORMACJE: BIURO CENTRALNE, LWÓW, UL. JAGIELLOŃSKA 1.**

LIT. PILLER-NEUMANN, LWÓW.







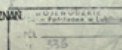




**MIEDZYNARODOWE**  
**TARGI**  
**W POZNANI**  
**OD 29.IV. DO 6.V.1928.**

DEPR. F. KLEMIŃSKI

LIT. M. PUTNATYCKI, POZNAN









61. Jerzy Hryniewiecki, Andrzej Stypiński, 1930 r.





# IARMARK POLESKI



# PINSK 15-30 VIII 1936

T.E.

**PINSK 15-30 VIII 1936**

WOJEWÓDZKI  
Zachowaj Państwo w Łublinie  
1904  
344



64. Tadeusz Gronowski, 1936 r.





65. Bolesław Suralla, 1930 r.



# CHARGEURS REUNIS



**FRANCUSKIE Tow. OKRĘTOWE**  
**POSPIESZNA KOMUNIKACJA**  
**DO**  
**BRAZYLJI, URUGWAJU, ARGENTYNY**

**LUBLIN, ZAMOJSKA 210**

ADRES TELEGRAFICZNY: CHARGERUNI TEL. 12-07

C. 1. 27-10000-9

ZAKŁ. GRAF. KOTJAŃSKICH, WARSZAWA, KOSK PRZEDSIĘB.









68. Tadeusz Gronowski, 1930 r.





69. Edmund Bartłomiejczyk, 1931 r.





# TYDZIEŃ ZWIĄZKU MŁODZIEŻY WIEJSKIEJ

**C. Z. K. R. i M. W.**  
CENTRALNY ZWIĄZEK MŁODZIEŻY WIEJSKIEJ SWIECI ROCZNICE 10-LECIA NIEPODLEGŁEGO BYTU PAŃSTWOWEGO ; 10-LECIE SWEJ PRACY W DNIACH 4-11 LISTOPADA 1928 R. CELEM Z.M.W. JEST: WYCHOWANIE ŚWIATŁEGO OBYWATELA, POŻYTECZNEGO NARODOWI I SOBIE, KTÓREGO CECHUJĄ HART DUCHA I ZDROWIE CIAŁA. ZADANIE SVOJE Z.M.W. SPEŁNIA PRZEZ : SZERZENIE OŚWIATY ROLNICZEJ, ZAMIAKOWANIA DO PRACY NA OJCZYSTYM ZAGONIE, PRZYGOTOWANIE SZEREGÓW LUDZI SIŁNYCH MORAŁNIE I FIZYCZNIE ZDOLNYCH DO OBRONY OJCZYZNY W PO TRZEBIE, PIELEGNUJĄCYCH TRADYCJE I KULTURĘ NARODOWĄ, IDĄCYCH RÓWNO- CZEŚNIE W PIERWSZYCH SZEREGACH PRACOWNIKÓW SPOŁECZNYCH, ŁĄCZĄCYCH SWE WYSIŁKI Z DZIEŁEM ODBUDOWY PAŃSTWA PROWADZONEM PRZEZ BUDOWNICZEGO POLSKI, MARSZAŁKA JÓZEFA PIŁSUDSKIEGO

W CZASIE TRWANIA TYGODNIA KOŁA PO WINNY ZORGANIZOWAĆ: PRZEDSTAWIENIA AMATORSKIE, WIECZORNICE POGA- DANKI O CELACH; ZADANIACH ZWIĄZ- KU, SPRZEDAŻ ZNACZKÓW; NALEPEK ORAZ SPECJALNEGO NUMERU „SIEWU”

ZAKŁ. GRAF. E. i D<sup>ni</sup> K. KOZIAŃSKICH, WARSZAWA, KRAK. PRZEDM. 66.









# POWSZECHNY ZAKŁAD UBEZPIECZEN WZAJEMNYCH



**SAM UCIEKNIESZ  
ALE CAŁY TWOJ  
DOBYTEK SPŁONIE**

Rokrocznie pożary w Polsce niszczą kilkanaście tysięcy zagród włościańskich z całym dobytkiem. W ciężkich warunkach ludzie odbudowują zniszczone mienie.

Od ognia człowiek nie może się całkowicie zabezpieczyć, ale może złagodzić następstwa klęski pożaru przez ubezpieczenie całego mienia, bo, na wypadek pożaru, Powszechny Zakład Ubezpieczeń Wzajemnych wypłaci odszkodowanie, które umożliwi pogorzelcowi odbudowę zniszczonych budowli, nabycie inwentarza żywego i martwego oraz ziarna pod zasiew.

Bądźcie więc przeczorni i meldujcie cały swój dobytek rolny do ubezpieczenia, a najlepiej niech Sejmik zabezpieczy wszystkich gospodarzy przez zawarcie ogólnej umowy o ubezpieczenie w Powszechnym Zakładzie Ubezpieczeń Wzajemnych.



**TYLKO UBEZPIECZENIE  
UMÓZLIWI CI NABYCIE  
NOWEGO INWENTARZA**

DRUK. GOS. & WIEDZUCHI S.A., WARSZAWA







75. Anna Birtus-Seifert, 1932 r.





Kopierownia i druk, nakładem „PRASA POLSKA” S.A. Warszawa

**NAJWIĘKSZE UZNANIE ZDOBYŁA SOBIE  
BLACHA ŻELAZNA CYNKOWANA**

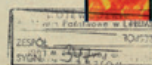
**WYROBU FABRYKI POD FIRMĄ:**

**CYNKOWNIA WARSZAWSKA**

**(WŁAŚC.: INŻ. T. RAPACKI I Z. ŚWIĘCICKI)**

**WARSZAWA, ULICA BODUENA 3**

**FIRMA EGZYSTUJE OD 1905 ROKU**









78. Stefan Juliusz Norblin, 1927 r.



**POLSKI ROWER-NA POLSKIE DROGI**



**PAŃSTWOWE  
WYTWÓRNIE UZBROJENIA  
W WARSZAWIE  
FABRYKA BRONI w RADOMIU**



**Reprezentacja i sprzedaż na Województwo Lubelskie**

**DOM HANDLOWY W. PAPROCKI LUBLIN, ZAMOJSKA 3**



**SPOŻYWAJ CIE CUKIER!**  
**KTO DUŻO PRACUJE, MUSI JEŚĆ DUŻO CUKRU.**  
**CUKIER WZMACNIA KOŚCI, DAJE SIŁĘ I ZDROWIE!**

ZAKŁ. GRAF. BŁ. KOZIANEKIEW. WARSZAWA.





81. Marian Adamczewski, 1931 r.







83. Kamil Mackiewicz, 1931 r.







## OPIS PLAKATÓW

1. Edmund Bartłomiejczyk (1885-1950)  
**POLSKI | BIAŁY KRZYŻ | SKŁADAJCIE  
OFIARY | NA OŚWIATĘ W WOJSKU.**  
sygnowane: RYS. EDM. BARTŁOMIEJCZYK  
litografia barwna  
data wydania: 1918 r.  
druk: Druk i litografia „Jan Cotty”  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 700x1000  
sygn. 114

2. A.n.  
**BIJ BOLSZEVIKA**  
litografia barwna  
data wydania: 1919 r.  
druk: Zakład Artystyczno-litograficzny A. Hegedus  
miejsce wydania: Lwów  
format: 470x640  
sygn. 43

3. Felicjan Szcześnie-Kowarski (1890-1948)  
**ŁUDU POLSKI! | CHWYĆ ZA BRONĖ |  
IDZIE POŻOGA I MORD | TAM GDZIE  
PRZEJDZIE | BOLSZEVIK POZOSTA-**

**NA | ZGLISZCZA I GRUZY POLSKIEJ |  
WSI BOLSZEVIK TO WRÓG | ŁUDU  
POLSKIEGO!**  
sygnowane: F.S.K/XX/VII  
data wydania: 1920 r.  
wydawca: wydawnictwo Biura Propagandy  
Insp. Gen. A.O  
druk: Zakład Graficzny „Sztuka”  
miejsce wydania: Toruń  
format: 500x690  
sygn. 44

4. A.n.  
**POTWÓR BOLSZEVIK! |  
Spójrz! Dwujęzyczny i dwugłowy | Koń  
śmierci z Moskwy kroczy nowy. |  
Lecz polskie ręce nie obwiły, | Ten koń –  
śmierć znalazł w nurtach Wisły!**  
data wydania: 1920 r.  
druk: Druk i wydawnictwo „Żołnierza Polskiego”. Długa 05  
format: 315x460  
sygn. 45

5. Zygmunt Kamiński (1888-1969)  
**DO BRONII! | OJCZYŻNA | WAS WZY-  
WA!**

sygnowane: Z.K.  
litografia barwna  
data wydania: 1920 r.  
wydawca: Stowarzyszenie Właścicieli Zakła-  
dów Graficznych  
format: 700x1000  
sygn. 191

6. Kamil Mackiewicz (1886-1936)  
**HEJ! | KTO POLAK | NA BAGNETY!!**  
litografia barwna  
data wydania: 1920 r.  
wydawca: nakładem Naczelnego Dowództwa  
Wojska Polskiego Prop. Nr. 36869/II  
druk: Zakład Graficzny Straszewiczów  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 700x1075  
sygn. 186

7. Stanisław Sawiczewski (1866-1943)  
**WSTĄP DO WOJSKA | BROŃ OJCZY-  
ŻNY**  
sygnowany: St.S/920  
litografia barwna  
data wydania: 1920 r.  
wydawca: staraniem Stowarzyszenia Właści-  
cieli Zakładów Graficznych G.I.A.O  
druk: Litografia Artystyczna W. Głównzewski  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 735x1090  
sygn. 194

8. Kamil Mackiewicz (1886-1936)  
**NAM TWIERDZĄ | BĘDZIE | KAŻDY  
PRÓG**  
sygnowany: Kamil Mackiewicz 1920  
litografia barwna  
data wydania: 1920 r.  
wydawca: nakładem Naczelnego Dowództwa  
Wojska Polskiego Prop. Nr. 303315/II  
druk: Zakład Graficzny Straszewiczów  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 500x700  
sygn. 203

9. Franciszek Nieczuja-Urbański (1886-1936)  
**DO BRONII! | TAK WYGLĄDA WIEŚ  
POLSKA ZAJĘTA PRZEZ BOLSZEWI-  
KÓW**  
sygnowane: F. Nieczuja Urbański  
litografia barwna  
data wydania: 1920 r.  
druk: Litografia Artystyczna W. Głównzewski

miejsce wydania: Warszawa  
format: 310x450  
sygn. 187

10. A.n.  
**OBYWATELE! | ZAPAMIĘTAJCIE TEN  
PLAKAT SOWIECKI!**  
litografia barwna  
data wydania: 1920 r.  
wydawca: Zarząd Główny Ligii Obrony Po-  
wietrznej Państwa  
druk: Litografia Artystyczna W. Głównzewski  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 550x850  
sygn. 52

11. A.n.  
**BROŃ TWEJ OJCZYŻNY, RODZINY  
I CHATY!**  
sygnowany: Bogdan  
litografia  
data wydania: 1920 r.  
wydawca: Straż Kresowa  
druk: Drukarnia Literacka Nowy Świat 22  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 550x850  
sygn. 195

12. Felicjan Szczęsny-Kowarski (1890-1949)  
**POŻYCZKA | ODRODZENIA | POLSKI**  
sygnowany: F.S.K. MCMXX  
litografia barwna  
data wydania: 1920 r.  
druk: Zakłady Graficzne Bolesław Wirtz  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 700x1000  
sygn. 87

13. Aleksander Grzybowski (1879-1940)  
**TO ZOSTAWIĘ NAM WRÓG | TAK OD-  
BUDUJEMY GDY ZAKUPISZ/  
POŻYCZKĘ | ODRODZENIA POLSKI**  
sygnowany: A. GRZYBOWSKI  
litografia  
data wydania: 1920 r.  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 530x720  
sygn. 89

14. Aleksander Grzybowski (1879-1940)  
**POLSKIE OKRĘTY | PRZYWOZIĆ BĘDĄ  
DO | POLSKICH PORTÓW | TOWARY  
GDY ZAKUPISZ: | POŻYCZKĘ | ODRO-  
DZENIA | POLSKI**  
sygnowany: A. GRZYBOWSKI  
litografia



data wydania: 1920 r.  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 530x720  
sygn. 90

15. Aleksander Grzybowski (1879-1940)  
**ZBURZONE NASZE FABRYKI |  
ODBUDUJEMY KUPUJĄC |  
POŻYCZKĘ ODRODZENIA POLSKI**  
sygnowany: A.G.  
litografia  
data wydania: 1920 r.  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 710x530  
sygn. 97

16. J.M.  
**POŻYCZKA | ODRODZENIA | POLSKI**  
sygnowany: J.M.  
litografia  
data wydania: 1920 r.  
format: 315x470  
sygn. 99

17. Bohdan Bartłomiej Nowakowski (1887-1945)  
**JAK NA OPOCE | OPRZE SIĘ |  
PAŃSTWO POLSKIE | NA POŻYCZKE  
ZŁOTEJ!**  
sygnowany: BOGDAN NOWAKOWSKI.  
litografia barwna  
data wydania: 1922 r.  
druk: Zakład Graficzny braci Koziańskich  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 680x1000  
sygn. 100

18. Edmund Bartłomiejczyk (1885-1950)  
**SMOKA DROŻYŻNĘ | ZWALCZYSZ  
POŻYCZKĄ ZŁOTĄ!**  
sygnowany: RYS. EDMUND BARTŁOMIEJ-  
CZYK.  
litografia barwna  
data wydania: 1922 r.  
druk: Druk i Litografia P.F. "Jan Cotty"  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 700x1000  
sygn. 101

19. Jerzy Gelbard (1894-1944)  
**NIE DAMY | ŚLĄSKA!**  
sygnowany: J. GELBARD  
offset barwny  
data wydania: 1921 r.  
druk: Litografia Artystyczna W. Główniczewski  
miejsce wydania: Warszawa

format: 710x1000  
sygn. 49

20. A.n.  
**NIE DAMY ŚLĄSKA!**  
litografia barwna  
data wydania: 1921 r.  
druk: Litografia Artystyczna W. Główniczewski  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 800x1090  
sygn. 50

21. Stefan Norblin (1892-1939)  
**POD | JEGO | PRZEWODEM |  
ZBUDUJEMY POTĘŻNĄ | POLSKĘ**  
sygnowany: S. NORBLIN.  
litografia barwna  
data wydania: 1930 r.  
druk: Zakłady Graficzne J. Hurwicz  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 700x1000  
sygn. 63

22. Alfred Gotler (?-?)  
**ZGODNA MYŚL OBYWATELI |  
TO SIŁA CAŁEGO PAŃSTWA | GŁOSU-  
JĄC NA LISTĘ NR 1 | POMAGASZ PRA-  
CY | MARSZAŁKA PIŁSUDSKIEGO**  
sygnowany: ALF. GOTLER.  
litografia barwna  
data wydania: 1930 r.  
druk: ST. Szulc i S-ka  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 700x1000  
sygn. 61

23. A.n.  
**LISTA N° 1 | JEST LISTĄ | WSZYSTKICH  
| STANÓW | RAMIĘ PRZY RAMIENIU |  
STWORZYMY WŁASNĄ POTĘGĘ!**  
sygnowany: logotyp pracowni ara.  
litografia barwna  
data wydania: 1930 r.  
druk: Zakład Graficzny B. Wierzbicki i S-ka  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 700x1000  
sygn. 62

24. Julian Bohdanowicz (1897-1943)  
Bolesław Surako (1906-1939)  
**W JEDNOŚCI SIŁA | Z MARSZAŁKIEM |  
ZWYCIĘSTWO**  
sygnowany: J. BOHDANOWICZ, B. SURAKO  
offset barwny  
data wydania: 1930 r.  
druk: Litografia Artystyczna W. Główniczewski

miejsce wydania: Warszawa  
format: 700x1000  
sygn. 58

25. W. Boguski  
**NARODOWY | KOMITET WYBORCZY  
| BEZPARTYJNY | № 4 |  
NIECH ŻYJE ZJEDNOCZENIE  
WSZYSTKICH ZIEM POLSKICH**  
sygnowany: RYSOWAŁ W. BOGUSKI.  
litografia  
data wydania: 1930 r.  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 700x1060  
sygn. 66

26. A.n.  
**GŁOSUJcie NA LISTĘ № 8. | CHRZEŚ-  
CIJAŃSKIEGO ZWIĄZKU JEDNOŚCI  
NARODOWEJ | !PATRZcie | DOKĄD  
PROWADZI NARÓD | LEWICA!**  
litografia barwna  
data wydania: 1930 r.  
druk: Zakłady Graficzne B. Wierzbicki i S-ka  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 630x1070  
sygn. 69

27. A.n.  
**NA TAKICH FUNDAMENTACH | BĘ-  
DZIE BUDOWAĆ POLSKĘ | OBÓZ  
CHRZEŚCIJAŃSKI | I NARODOWY |  
GŁOSUJcie NA LISTĘ № 8 | CHRZEŚ-  
CIJAŃSKIEGO ZWIĄZKU | JEDNOŚCI  
NARODOWEJ!!**  
litografia barwna  
data wydania: 1930 r.  
druk: Zakłady Graficzne B. Wierzbicki i S-ka  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 300x950  
sygn. 70

28. Tadeusz Gronowski (1894-1990)  
**X ROCZNICA | ODPARCIA NAJAZDU |  
ROSJI SOWIECKIEJ**  
sygnowany: gronowski 30  
offset barwny  
data wydania: 1930 r.  
druk: Zakłady Graficzne E. i Dr Koziańskich  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 700x1000  
sygn. 501

29. Henryk Nowina-Czerny (1900-1958)  
**SPIRYTUS | SKAŻONY | TRUCIZNA  
| PICIE DENATURATU | POWODUJE  
ŚMIERĆ**  
offset barwny  
sygnowany: H. CZERNY  
data wydania: 1930 r.  
druk: Litografia Artystyczna W. Głównzewski  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 700x1000  
sygn. 151

30. Maciej Nowicki (1910-1951)  
Stanisława Sandecka (1912-)  
**WSZYSCY | DO WALKI Z GRUŻLIĄ**  
sygnowany: M Nowicki S Sandecka  
offset barwny  
data wydania: 1933 r.  
druk: Litografia Artystyczna W. Głównzewski  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 700x1000  
sygn. 153

31. Edmund Bartłomiejczyk (1885-1950)  
**KSIĄŻKA W ŻYCIU KOBIETY – DECY-  
DUJE O JEJ POWODZENIU**  
sygnowany: E. BARTŁOMIEJCZYK  
litografia barwna  
data wydania: 1925 r.  
druk: Litografia Artystyczna W. Głównzewski  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 700x990  
sygn. 465

32. Z. Grabowski (?-?)  
**BLUSZCZ | TYGODNIK KOBIECY |  
CZYTA | KAŻDA KULTURALNA POLKA**  
sygnowany: Z. GRABOWSKI  
litografia barwna  
data wydania: lata 20. XX w.  
druk: Druk i Litografia P.F. "Jan Cotty"  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 570x370  
sygn. 468

33. Z. Grabowski (?-?)  
**ILUSTROWANY SPOŁECZNO-LITERA-  
CKI | TYGODNIK KOBIECY BLUSZCZ |  
DO NABYCIA WSZĘDZIE**  
sygnowany: Z. GRABOWSKI  
litografia barwna  
data wydania: lata 20. XX w.  
druk: Druk i Litografia P.F. "Jan Cotty"  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 480x355  
sygn. 468



34. J.B.

**PRZEWODNIK KATOLICKI | ILUSTROWANE PISMO TYGODNIOWE | DLA RODZIN POLSKICH**

litografia barwna

druk: Litografia Drukarni św. Wojciecha w Poznaniu

miejsce wydania: Poznań

format: 740x530

sygn. 472

35. W.T. Radwan

**NIECH KAŻDY UCZEŃ I UCZENNICĄ, A PRZYNAJMNIEJ | KAŻDA KLASA W SZKOLE ZAPRENUMERUJE | PŁOMYK Z DODATKIEM PŁOMYCZEK | CZASOPISMO DLA DZIECI I MŁODZIEŻY**

sygnowany: W.T. RADWAN

litografia barwna

druk: Litografia Artystyczna W. Główniczewski

miejsce wydania: Warszawa

format: 485x345

sygn. 471

36. E.P.

**PŁOMYK | NAJPOCZYTNIEJSZY TYGODNIK ILUSTROWANY | DLA | DZIECI I MŁODZIEŻY | Z DODATKIEM „PŁOMYCZEK” DLA MŁODSZEJ DZIATWY**

litografia barwna

druk: Sosn. Zakład Graficzny S.A.

format: 570x800

sygn. 466

37. A.n.

**PAMIĘTAJ | TEN | ZNAK | BIBLIOTEKA GROSZOWA**

litografia barwna

druk: Zakład Graficzny Koziańskich

miejsce wydania: Warszawa

format: 520x710

sygn. 467

38. Emil Lindeman (1864-1945)

**NAJTAŃSZA KSIĄŻKA | BIBLIOTEKA | DOMU POLSKIEGO**

sygnowany: Emil Lindeman 1925

litografia barwna

data wydania: 1925 r.

druk: Litografia Artystyczna W. Główniczewski

miejsce wydania: Warszawa

format: 500x690

sygn. 461

39. Edmund Bartłomiejczyk (1885-1950)

**KSIAŻNICA | ATLAS | WSZELKIE WYDAWNICTWA | SZKOLNE I NAUKOWE | KSIAŻNICY-ATLASU S.A. | TU DO NABYCIA!**

litografia barwna

data wydania: 1925 r.

druk: wykonano w zakładach graficznych Książnicy-Atlasu we Lwowie

miejsce wydania: Lwów

format: 630x1000

sygn. 464

40. Michał Bylina (1904-?)

**TYDZIEŃ KSIĄŻKI OD 26 XI DO 4 XII**

sygnowany: M. BYLINA 33

litografia barwna

data wydania: 1933 r.

druk: wykonano w zakładach graficznych Książnicy-Atlasu we Lwowie

miejsce wydania: Lwów

format: 500x700

sygn. 474

41. Jan Mucharski (1900-1981)

**TYDZIEŃ | POWIEŚCI POLSKIEJ | POLSKA POWIEŚĆ – TO POLSKI AUTOR, | POLSKI PAPIER, POLSKI DRUK.**

sygnowany: JAN MUCHARSKI

offset barwny

data wydania: 1931 r.

druk: Litografia Artystyczna W. Główniczewski

miejsce wydania: Warszawa

format: 500x700

sygn. 481

42. A.n.

**NAJWIERNIEJSZY | PRZYJACIEL | TO | DOBRA | KSIĄŻKA**

litografia barwna

data wydania: lata 30. XX w.

druk: Litografia Artystyczna W. Główniczewski

miejsce wydania: Warszawa

format: 500x700

sygn. 473

43. W. Barwicki (?-?)

**SKŁADAJCIE GROSZE – ZBIORĄ SIĘ TYSIĄCE!**

sygnowany: W. Barwicki

litografia

druk: Litografia A. Rembowski

miejsce wydania: Lublin

format: 700x1000

sygn. 457

44. Edmund Bartłomiejczyk (1885-1950)  
**III-CIA WYSTAWA | KSIĄŻKI POLSKIEJ**  
sygnowany: RYS. NA KAMIENIU E. BARTŁO-  
MIEJCZYK  
litografia barwna  
data wydania: 1924 r.  
druk: Druk i litografia "Jan Cotty"  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 700x1000  
sygn. 419

45. Edmund Bartłomiejczyk (1885-1950)  
**PIERWSZA WYSTAWA | KAS CHO-  
RYCH W POLSCE**  
litografia  
data wydania: 1925 r.  
druk: Litografia Artystyczna W. Głowczewski  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 640x940  
sygn. 420

46. Edmund John (1894-1984)  
**JUBILEUSZOWA | WYSTAWA |  
OGRODNICZA | W POZNANIU**  
sygnowany: E. JOHN-WARSZAWA  
litografia barwna  
data wydania: 1926 r.  
druk: Zakład Artystycznej Litografii M. Putiaty-  
ckiego w Poznaniu  
miejsce wydania: Poznań  
format: 525x830  
sygn. 421

47. Józef Hollak (1890-1949)  
**WYSTAWA RUCHOMA | PRÓB I WZO-  
RÓW PRZEMYSŁU KRAJOWEGO**  
sygnowany: J. Hollak  
litografia barwna  
data wydania: 1928 r.  
wydawca: nakładem Komitetu Wystawy Prze-  
mysłu Krajowego  
druk: Drukarnia Państwowa w Zamościu  
miejsce wydania: Zamość  
format: 700x1290  
sygn. 422

48. Jerzy Janusz Alchimowicz (1907-1945)  
**MIĘDZYNARODOWA | WYSTAWA |  
KOMUNIKACJI I | TURYSTYKI**  
sygnowany: J. Alchimowicz  
offset barwny  
data wydania: 1929 r.  
druk: Druk offsetowy F.K. Ziółkowski  
miejsce wydania: Poznań  
format: 610x900  
sygn. 428

49. Wt. Zyliński  
**WYSTAWA | „WIEŚ POLSKA” | W LIS-  
KOWIE**  
sygnowany: Wt. Zyliński Kalisz  
offset barwny  
data wydania: 1925 r.  
druk: Druk offsetowy Drukarni Św. Wojciecha  
w Poznaniu  
miejsce wydania: Poznań  
format: 700x825  
sygn. 707

50. Stefan Norblin (1892-1939)  
**ROLNICY!!! POPIERAJCE!!! | PO-  
WSZECHNĄ WYSTAWĘ KRAJOWĄ**  
sygnowany: S. NORBLIN  
offset barwny na papierze z Mirkowskiej fabry-  
ki papieru  
data wydania: 1929 r.  
druk: Zakłady Graficzne "Biblioteka Polska"  
miejsce wydania: Bydgoszcz  
format: 900x655  
sygn. 423

51. A.n.  
**POWSZECHNA WYSTAWA | KRAJOWA**  
offset barwny  
data wydania: 1929 r.  
druk: Drukarnia Św. Wojciecha  
miejsce wydania: Poznań  
format: 340x190  
sygn. 425

52. Wojciech Jastrzębowski (1884-1963)  
**POWSZECHNA | WYSTAWA | KRAJO-  
WA**  
sygnowany: PROJ. W. JASTRZĘBOWSKI  
offset barwny na papierze z Mirkowskiej fabry-  
ki papieru  
data wydania: 1929 r.  
druk: Zakłady Graficzne "Biblioteka Polska"  
miejsce wydania: Bydgoszcz  
format: 690x895  
sygn. 424

53. Wojciech Jastrzębowski (1884-1963)  
**POWSZECHNA | WYSTAWA | KRAJO-  
WA**  
offset barwny  
data wydania: 1929 r.  
druk: Drukarnia Św. Wojciecha  
miejsce wydania: Poznań  
format: 495x757  
sygn. 426



54. Edmund Bartłomiejczyk (1885-1950)  
**DZIAŁ SZTUKI NA POWSZECHNEJ | WYSTAWIE KRAJOWEJ**  
sygnowany: E. BARTŁOMIEJCZYK  
offset barwny na papierze z Mirkowskiej fabryki papieru  
data wydania: 1929 r.  
druk: Zakłady Graficzne "Biblioteka Polska"  
miejsce wydania: Bydgoszcz  
format: 700x1000  
sygn. 427

55. Władysław Skoczylas (1883-1934)  
**V. MIĘDZYNARODOWE | TARGI WSCHODNIE | WE LWOWIE**  
sygnowany: RYS. W. SKOCZYLAS  
litografia barwna  
data wydania: 1925 r.  
druk: Litografia Piller-Neumanna  
miejsce wydania: Lwów  
format: 395x585  
sygn. 1179

56. Bronisław Kazimierz Bartel (1887-1968)  
**MIĘDZYNARODOWY TARG | W POZNANIU**  
sygnowany: K. BARTEL  
litografia barwna  
data wydania: 1925 r.  
druk: Zakłady Graficzne "Biblioteka Polska"  
miejsce wydania: Bydgoszcz  
format: 760x1190  
sygn. 331

57. Kazimierz Sichulski (1879-1942)  
**V. MIĘDZYNARODOWE | TARGI WSCHODNIE | WE LWOWIE**  
sygnowany: K. SICHULSKI  
litografia barwna  
data wydania: 1925 r.  
druk: Litografia Piller-Neumanna  
miejsce wydania: Lwów  
format: 950x1260  
sygn. 332

58. A.n.  
**MIĘDZYNARODOWY | TARG W POZNANIU**  
litografia barwna  
data wydania: 1926 r.  
druk: Litografia i druk offsetowy drukarni Św. Wojciecha  
miejsce wydania: Poznań  
format: 590x860  
sygn. 335

59. A.n.  
**MIĘDZYNARODOWE | TARGI | W POZNANIU**  
sygnowany: REPR. F. KLEMIŃSKI  
litografia barwna  
data wydania: 1928 r.  
druk: Litografia M. Putiatycki  
miejsce wydania: Poznań  
format: 620x940  
sygn. 336

60. J. Przybylska  
**9. MIĘDZYNARODOWE | TARGI WSCHODNIE | WE LWOWIE**  
sygnowany: I. Przybilska  
offset barwny  
data wydania: 1929 r.  
druk: Druk offsetowy Piller-Neumann  
miejsce wydania: Lwów  
format: 700x1000  
sygn. 337

61. Jerzy Hryniewiecki (1908-1988)  
Andrzej Stypiński (1907-1975)  
**JUBILEUSZOWE X | MIĘDZYNARODOWE | TARGI WSCHODNIE**  
offset barwny  
data wydania: 1930 r.  
druk: Zakłady Graficzne "Książnica-Atlas" we Lwowie  
miejsce wydania: Lwów  
format: 720x1080  
sygn. 338

62. A.n.  
**MIĘDZYNARODOWE | TARGI | POZNĄĆ**  
sygnowany: REPR. F. KLEMIŃSKI  
litografia barwna  
data wydania: 1930 r.  
druk: Zakłady Artystycznej Litografii M. Putiatyckiego  
miejsce wydania: Poznań  
format: 570x900  
sygn. 339

63. T.Ł.  
**JARMARK POLESKI**  
sygnowany: T.Ł.  
litografia  
data wydania: 1936 r.  
druk: drukarnia Wilkowicz w Pińsku  
miejsce wydania: Pińsk  
format: 500x695  
sygn. 341

64. Tadeusz Gronowski (1894-1990)  
**POWSZECHNY | FESTIWAL | SZTUKI  
POLSKIEJ**

sygnowany: gronowski 36  
offset barwny  
data wydania: 1936 r.  
druk: Zakłady Graficzne Wierzbicki i S-ka  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 630x970  
sygn. 433

65. Bolesław Suratto (1906-1939)  
**POLACY | NA | MORZE! | LIGA MOR-  
SKA | I RZECZNA**

sygnowany: B. SURATTO  
offset barwny  
data wydania: 1930 r.  
druk: Zakłady Graficzne "Biblioteka Polska"  
miejsce wydania: Bydgoszcz  
format: 700x970  
sygn. 124

66. A.n.  
**CHARGEURS REUNIS | FRANCUSKIE  
TOW. OKRĘTOWE**

litografia barwna  
druk: Zakłady Graficzne Kozińskich  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 800x1120  
sygn. 330

67. A.n.  
**OTWOCK | UZDROWISKO | STACJA  
LEŚNA | KLIMATYCZNA**

sygnowany: STG  
offset barwny  
druk: Litografia Artystyczna W. Głowczewski  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 800x1120  
sygn. 344

68. Tadeusz Gronowski (1894-1990)  
**DZIEŃ | SPÓŁDZIELCZOŚCI**

sygnowany: gronowski  
offset barwny  
data wydania: 1930 r.  
wydawca: nakładem Wydawnictwa Centralnego  
Komitetu Dnia Spółdzielczości w Polsce  
druk: Zakład Graficzny E. Dr. Kozińskich  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 700x980  
sygn. 351

69. Edmund Bartłomiejczyk (1885-1950)  
**DZIEŃ | SPÓŁDZIELCZOŚCI**

sygnowany: E.B.

offset barwny  
data wydania: 1931 r.  
druk: Drukarnia Uniwersalna  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 700x1080  
sygn. 352

70. A.n.  
**TYDZIEŃ ZWIĄZKU | MŁODZIEŻY  
WIEJSKIEJ**

offset barwny  
data wydania: 1929 r.  
druk: Zakład Graficzny E. Dr. Kozińskich  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 750x1030  
sygn. 57

71. A. Biedrzycki  
**VIII TYDZIEŃ L.O.PP**

sygnowany: A. Biedrzycki  
druk: Zakład Graficzny E. Dr. Kozińskich  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 700x1000  
sygn. 133

72. A. Biedrzycki  
**VII TYDZIEŃ L.O.PP**

sygnowany: A. Biedrzycki  
druk: Zakład Graficzny J. Hurwicz  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 700x990  
sygn. 139

73. Stefan Osiecki (1902-1977)  
**POWSZECHNY ZAKŁAD | UBEZPIE-  
CZEN WZAJEMNYCH**

sygnowany: S. OSIECKI  
data wydania: lata 20. XX w.  
druk: Zakład Graficzny B. Wierzbicki i S-ka  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 1000x750  
sygn. 357

74. A.n.  
**POCZTOWA KASA OSZCZĘDNOŚCI  
P.K.O. | OSZCZĘDZAJĄCY | PODOBNY  
JEST DO SIEWCY | DZIŚ SIEJE JUTRO  
ZBIERA**

druk: Prasa Polska  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 740x540  
sygn. 359

75. Anna Birtus-Seifert (1900-1964)  
**PKO | UBEZPIECZA NA ŻYCIE**

sygnowany: A. BIRTUS



offset barwny  
data wydania: 1932 r.  
druk: Zakład Graficzny Wierzbicki i S-ka  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 750x898  
sygn. 358

76. Wojciech Kossak (1856-1942)  
**CYNKOWNIA WARSZAWSKA**  
sygnowany: Wojciech Kossak 1929  
druk rotograviurowy  
data wydania: 1929 r.  
druk: Kompozycja i Druk rotograf. "Prasa Polska"  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 490x740  
sygn. 347

77. J.C. Dogel  
**JEDYNYM MATERIAŁEM DO KRYCIA DACHÓW | JEST TYLKO CZYSTA | BLACHA CYNKOWA**  
sygnowany: J.C. DOGEL  
druk: Zakład Graficzny E. Dr. Koziańskich  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 1000x700  
sygn. 349

78. Stefan Juliusz Norblin (1892-1939)  
**KAINIT | DAJE | BOGATE PLONY**  
sygnowany: S. NORBLIN  
offset barwny  
data wydania: 1927 r.  
druk: Pomorska Drukarnia Rolnicza  
miejsce wydania: Toruń  
format: 490x700  
sygn. 361

79. Leon Jan Włodarczyk (1903-?)  
**POLSKI ROWER – NA POLSKIE DROGI | PAŃSTWOWE | WYTWÓRNIE UZBROJENIA | W WARSZAWIE | FABRYKA BRONI W RADOMIU**  
sygnowany: L. Włodarczyk  
druk rotograviurowy  
data wydania: 1928 r.  
druk: Kompozycja i Druk rotograf. "Prasa Polska"  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 670x950  
sygn. 703

80. A.n.  
**SPOŻYWAJcie CUKIER! | KTO DUŻO PRACUJE, MUSI JEŚĆ DUŻO CUKRU. | CUKIER WZMACNIA KOŚCI, DAJE SIŁĘ I ZDROWIE!**  
litografia barwna  
data wydania: 1929 r.  
druk: Zakłady Graficzne E. Dr. Koziańskich  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 700x1000  
sygn. 345

81. Marian Adamczewski (1879-1974)  
**SMAŻCIE OWOCE | CUKIER KRZEPI**  
sygnowany: M.A.  
offset barwny  
data wydania: 1931 r.  
druk: Drukarnia Narodowa w Krakowie  
miejsce wydania: Kraków  
format: 580x790  
sygn. 353

82. A.n.  
**MATKO! NIE ŻAŁUJ CUKRU | CUKIER | KRZEPI**  
offset barwny  
data wydania: 1931 r.  
druk: Zakład Graficzny B. Wierzbicki i S-ka  
miejsce wydania: Warszawa  
format: 800x1130  
sygn. 354

83. Kamil Mackiewicz (1887-1931)  
**CUKIER | KRZEPI!**  
sygnowany: Kamil Mackiewicz 1931  
offset barwny  
data wydania: 1931 r.  
druk: Drukarnia Narodowa w Krakowie  
miejsce wydania: Kraków  
format: 400x570  
sygn. 355

84. Michał Bylina (1904-?)  
**CUKIER KRZEPI**  
sygnowany: M BYLINA  
offset barwny  
data wydania: 1931 r.  
druk: Drukarnia Narodowa w Krakowie  
miejsce wydania: Kraków  
format: 400x580  
sygn. 356





## FIOTY BIOGRAFICZNE ARTYSTÓW

### MARIAN ADAMCZEWSKI

Urodzony w 1879 r. w Prusinowicach koło Sieradza, zmarł w 1947 r. we Włochach pod Warszawą. Studiował malarstwo w prywatnej pracowni Wojciecha Kossaka. Od 1906 r. działał w Warszawie, gdzie w 1912 r. zapisał się do Szkoły Sztuk Pięknych. Zajmował się głównie malarstwem o tematyce batalistycznej i rodzajowej, a także grafiką użytkową. Od 1938 r. członek Towarzystwa Zachęty Sztuk Pięknych w Warszawie.

W katalogu il. nr: 81.

### JERZY ALCHIMOWICZ

Urodzony w 1907 r. w Warszawie, zginął w 1945 r. w obozie w Dachau. W latach 1928-1933 studiował architekturę na Politechnice Warszawskiej. Od czasu studiów zajmował się plakatem i wystawiennictwem. Zrealizował dwie wystawy:

„Opieka nad matką i dzieckiem” (1935) oraz „Wystawa przemysłu fermentacyjnego” (1939). Laureat wielu konkursów: I nagroda za plakat na „Międzynarodową wystawę komunikacji i turystyki 1930” (1929), I nagroda za plakat promujący „Bał młodej architektury” (1932), I nagroda za plakat na „Wystawę przemysłu fermentacyjnego” (1939), I nagroda za projekt kapliczki na Międzynarodowej Wystawie Sztuki i Techniki w Paryżu (1937).

W katalogu il. nr: 48.

### BRONISŁAW KAZIMIERZ BARTEL

Urodzony w 1887 r. w Zawierciu, zmarł w 1968 r. W latach 1906-1911 studiował malarstwo w krakowskiej Akademii Sztuk Pięknych, a następnie w Paryżu. Od 1919 r. działał w Poznaniu. Wykładał w Państwowej Szkole Przemysłu Artystycznego w Bydgoszczy i Poznaniu. W latach 1921-1926 należał do grupy artystów wielkopolskich „Świt”, w 1927 r. został członkiem, a następnie prezesem grupy „Plastyka”. Był kierownikiem artystycznym Drukarni i Księgarni św. Wojciecha w Poznaniu. Zajmował się malarstwem, ilustracją i plakatem. W 1932 r. otrzymał II nagrodę w konkursie na plakat serii Państwowa Loteria Klasowa.

W katalogu il. nr: 56.

### EDMUND BARTŁOMIEJCZYK

Urodzony w 1885 r. w Warszawie, zmarł w 1950 r. tamże. W latach 1901-1906 kształcił się w Szkole Rysunkowej przy Muzeum Rzemiosł w Warszawie, następnie w latach 1906-1910 studiował w krakowskiej Akademii Sztuk Pięknych u J. Stanisławskiego i W. Weissa, a od 1913 r. na Wydziale Sztuki Stosowanej u E. Trojanowskiego. Od 1917 r. wykładał na Wydziale Architektury Politechniki Warszawskiej. Od 1925 r. należał do Stowarzyszenia Polskich Artystów Grafików „Ryt”. W 1926 r. został pierwszym w Polsce profesorem Katedry Grafiki Użytkowej w warszawskiej Szkole Sztuk Pięknych. Zajmował się drzeworytem, litografią, grafiką książkową, projektował plakaty, banknoty, znaczki, druki reklamowe. Brał udział w wystawach plakatu w kraju i za granicą: Paryż 1925, Monachium 1929, Praga 1934, Warna-Sofia 1936. W 1933 r. otrzymał I nagrodę za plakat na „Międzynarodową wystawę drzeworytów”.

W katalogu il. nr: 1; 18; 34; 39; 44; 45; 54; 69.



#### ANNA BIRTUS-SEIFERT

Urodzona w 1900 r., zmarła w 1964 r. Ukończyła Państwową Szkołę Sztuk Zdobniczych i Przemysłu Artystycznego w Krakowie. Zajmowała się grafiką użytkową i artystyczną. W 1927 r. otrzymała I nagrodę za afisz Wyścigu Tatrzańskiego, w konkursie ogłoszonym przez krakowski Automobil Klub.

W katalogu il. nr: 75.

#### MICHAŁ BYLINA

Urodzony w 1904 r. w Worsówce. W latach 1924-1929 studiował malarstwo w warszawskiej Szkole Sztuk Pięknych. Należał do ugrupowania „Szkoła Warszawska”. W latach 1934-1939 był członkiem Rady IPS oraz członkiem KAGR. Zajmował się malarstwem, grafiką oraz ilustracją. W 1932 r. otrzymał II nagrodę w konkursie na plakat pod hasłem „Cukier krzepi”.

W katalogu il. nr: 40; 84.

#### JERZY GELBARD

Urodzony w 1894 r., zginął w 1944 r. na Majdanku. W 1912 r. ukończył architekturę na Politechnice Warszawskiej, po czym do 1914 r. studiował w Ecole des Beaux Arts w Paryżu. Zajmował się malarstwem, architekturą, grafiką użytkową, ilustracją, plakatem i wystawiennictwem. Opracowywał graficznie czasopismo grupy „Skamander”. Współpracował z T. Gronowskim i H. Bormanem przy tworzeniu w 1923 r. atelier graficzno-reklamowego „Plakat”.

W katalogu il. nr: 19.

#### TADEUSZ GRONOWSKI

Urodzony w 1894 r. w Warszawie, zmarł w 1990 r. tamże. Od 1916 r. studiował na Wydziale Architektury Politechniki Warszawskiej. Zajmował się grafiką użytkową, ilustracją, grafiką książkową, plakatem (od 1917 r.), projektowaniem wnętrz, malarstwem ściennym oraz scenografią. W 1923 r. założył wraz z H. Bormanem i J. Gelbardem atelier graficzno-reklamowe „Plakat”. Był jednym z członków założycieli KAGR. Od 1923 r. należał do Stowarzyszenia Artystów Plastyków „Rytm”. Współpracował z czasopismami i firmami zarówno w Paryżu, jak i w Warszawie. Był grafikiem i dekoratorem francuskich magazynów: Gallerie la Fayette,

Au Printemps, Trois Quartiers. W Warszawie w latach 1930-1934 był redaktorem artystycznym „Grafiki”, współpracował z firmami E. Wedel, J. Fruziński, LOT, Orbis i Plutos, a także z czasopismami „Pani”, „Teatr i Życie Wytworne”, „Reklama”. Był kierownikiem artystycznym w zakładach graficznych: W. Głównzewskiego, B. Wierzbickiego i braci Koziańskich. Uczestniczył w wystawach krajowych i zagranicznych. Otrzymał wiele nagród w konkursach na plakaty: I nagroda za plakat promujący Państwową Odznakę Sportową (1933), I nagroda za plakat kosmetyków „Elida” (1933), I nagroda za plakat Towarzystwa Amerykańsko-Polskiego „Ampol” (1933), I nagroda za plakat na Międzynarodową Wystawę Sztuki i Techniki w Paryżu (1937). Po wojnie wznowił działalność artystyczną i został prezesem ZPAP oraz profesorem ASP w Warszawie.

W katalogu il. nr: 28; 64; 68.

#### ALEKSANDER GRZYBOWSKI

Urodzony w 1879 r. w Krakowie, zmarł w 1940 r. W Krakowie ukończył Szkołę Przemysłową, a następnie Akademię Sztuk Pięknych. Od 1921 r. mieszkał w Warszawie. Zajmował się rysunkiem i malarstwem. Publikował rysunki satyryczne w lwowskim czasopiśmie „Szczutek”. Brał udział w kampanii propagandowej Pożyczki Odrodzenia Polski w 1920 r.

W katalogu il. nr: 13; 14; 15.

#### JÓZEF HOLLAK

Urodzony w 1890 r. w Jakimowiczach na Wołyniu, zmarł w 1970 r. w Częstochowie. Studiował w rosyjskiej Stroganowskiej Centralnej Szkole Artystyczno-Przemysłowej. Zajmował się scenografią i dekoracją teatralną. Ilustrował czasopisma polskie, rosyjskie i ukraińskie. Należał do ZPAP (w latach 1947-1948 prezes oddziału w Częstochowie). Projektował exlibrisy i plakaty oraz reklamę prasową, trudnił się grafiką. W 1929 r. na potrzeby PWK w Poznaniu zaprojektował wystrój hali działu zdrowia publicznego.

W katalogu il. nr: 47.



### JERZY HRYNIEWIECKI

Urodzony w 1908 r. w Dorpacie, zmarł w 1988 r. w Warszawie. W 1937 r. ukończył architekturę na Politechnice Warszawskiej. Zajmował się architekturą, wystawiennictwem i plakatem. W dziedzinie plakatu współpracował z S. Osieckim i A. Stypińskim. Spółka graficzna Hryniewiecki&Osiecki wygrała 21 konkursów. W 1929 r. zaprojektował stoisko rybactwa morskiego na PWK w Poznaniu. Po II wojnie światowej został profesorem Politechniki Warszawskiej.

W katalogu il. nr: 61.

### WOJCIECH JASTRZĘBOWSKI

Urodzony w 1884 r. w Warszawie, zmarł w 1963 r. tamże. W latach 1904-1910 studiował w krakowskiej Akademii Sztuk Pięknych, a następnie kontynuował kształcenie w Paryżu. Zajmował się malarstwem, grafiką użytkową oraz książkową, plakatem, projektował monety i kilimy. Współzałożyciel stowarzyszenia „Architektura, rzeźba, malarstwo, rzemiosło”. Był jednym z organizatorów Warsztatów Krakowskich oraz członkiem „Ładu”. Od 1914 r. należał do Towarzystwa Polska Sztuka Stosowana, a od 1915 r. do TZSP. Współdziałał przy reorganizacji Szkoły Sztuk Pięknych, której był profesorem, a następnie rektorem. Wykładał w warszawskiej ASP. Na Wystawie Sztuki Dekoracyjnej w Paryżu w 1925 r. otrzymał grand prix, trzy złote medale i trzy dyplomy honorowe. Jego mocno ukształtowany i oddziałujący na innych styl nosił w latach 1925-1939 miano „jastrzębowszczyzny”.

W katalogu il. nr: 52; 53.

### EDMUND JOHN

Urodzony w 1894 r. w Warszawie, zmarł w 1984 r. tamże. Studiował na Wydziale Architektury Politechniki Warszawskiej, a następnie uczęszczał do warszawskiej Szkoły Sztuk Pięknych. Na WA Politechniki Warszawskiej był również wykładowcą. Zajmował się grafiką użytkową, sztuką dekoracyjną oraz plakatem. Brał udział w wystawach krajowych i zagranicznych. Do 1939 r. otrzymał ok. 100 nagród w konkursach graficznych i plastycznych. Należał do Związku Polskich Artystów Grafików oraz do KAGR. Na Wystawie Sztuki Dekoracyjnej w Paryżu w 1925 r. otrzymał srebrny medal za plakaty.

W katalogu il. nr: 46.

### ZYGMUNT KAMIŃSKI

Urodzony w 1888 r. w Warszawie, zmarł w 1969 r. tamże. W latach 1906-1907 studiował w Szkole Sztuk Pięknych w Warszawie, a następnie w latach 1908-1910 w Krakowie. Był również uczniem Maurice'a Denisa w Paryżu (1911-1913). Zajmował się architekturą wnętrz, rysunkiem, malarstwem ściennym, grafiką, ilustracją oraz plakatem. Od 1915 r. wykładał na Wydziale Architektury Politechniki Warszawskiej, gdzie prowadził katedrę rysunku odręcznego oraz malarstwa i rzeźby. W latach 1922-1932 członek grupy „Rytm”, w latach 1926-1939 Stowarzyszenia Polskich Artystów Grafików „Ryt”. W latach 1937-1939 profesor Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie.

W katalogu il. nr: 5.

### WOJCIECH KOSSAK

Urodzony w 1856 r. w Paryżu, zmarł w 1942 r. w Krakowie. W latach 1871-1873 studiował malarstwo w krakowskiej Szkole Sztuk Pięknych, a następnie w Akademii Monachijskiej i Ecole des Beaux Arts w Paryżu. Zajmował się malarstwem, głównie historycznym, rysunkiem oraz ilustracją. Współpracował z czasopismami: „Biesiada Literacka”, „Kłosa” oraz „Tygodnik Ilustrowany”. Był członkiem Stowarzyszenia „Pro Arte”. Tworzył plakaty o cechach stylistycznych malarstwa sztalugowego.

W katalogu il. nr: 76.

### FELICJAN SZCZĘSNY-KOWARSKI

Urodzony w 1890 r. w Starosielcach, zmarł w 1949 r. w Konstancinie koło Warszawy. Studiował w Szkole Sztuk Pięknych w Odessie, w 1918 r. otrzymał dyplom z malarstwa w Akademii w Petersburgu. Po powrocie do kraju w 1920 r. założył wraz z L. Pękalskim i H. Nowiną-Czernym Zakład Graficzny „Sztuka” w Toruniu. W latach 1923-1929 był profesorem w krakowskiej Akademii Sztuk Pięknych, a od 1929 r. w Szkole Sztuk Pięknych w Warszawie. Współzałożyciel grupy „Pryzmat” oraz Cechu Artystów Plastyków „Jednoróg”, należał również do stowarzyszenia „Rytm”. Uczestniczył w wystawach krajowych i zagranicznych. Po wojnie kontynuował nauczanie w ASP w Warszawie.

W katalogu il. nr: 3; 12.



### EMIL LINDEMAN

Urodzony w 1864 r. w Warszawie, zmarł w 1945 r. w Ostrowie koło Łodzi. W latach 1888-1890 studiował u Jana Matejki, z którym współpracował przy polichromii kościoła Mariackiego. Od 1890 r. uczył się w Paryżu i Petersburgu. Uprawiał malarstwo ścienne, akwarelę, zajmował się rysunkiem satyrycznym, karykaturą i ilustracją. Współpracował z czasopismami „Mucha”, „Kolce”, „Kurier Świąteczny”, „Tygodnik Ilustrowany”. Projektował również plakaty. W 1928 r. został prezesem założonej w Warszawie agencji graficzno-reklamowej „Grafik”.

W katalogu il. nr: 38.

### KAMIL MACKIEWICZ

Urodzony w 1887 r. w Werkach, zmarł w 1934 r. w Warszawie. Studiował w Moskwie, a następnie w warszawskiej Szkole Sztuk Pięknych oraz w Londynie i Nowym Jorku. Po wojnie pracował dla Centralnego Komitetu Propagandy, wykonując transparenty, afisze oraz plakaty nawołujące do walki z Rosją w 1920 r. Zajmował się grafiką, rysunkiem i plakatem, ilustrował książki dla dzieci. Był członkiem TZSP, ZPAP oraz Klubu Artystycznego w Warszawie. Współpracował z czasopismami „Szczytek”, „Świat”, „Mucha”, „Kocynder” oraz „Łowiec Polski”.

W katalogu il. nr: 6; 8; 83.

### JAN MUCHARSKI

Urodzony w 1900 r. w Warszawie. W latach 1919-1932 studiował na Wydziale Architektury Politechniki Warszawskiej. Zajmował się architekturą, malarstwem, grafiką użytkową, ilustracją, a od 1926 r. również plakatem. Współpracował z agencjami reklamowymi „Plakat”, „Ara”, Atelier Reklamy Towarzystwa Księgarń Kolejowych „Ruch” oraz z czasopismami „Kino”, „Naokoło Świata”, „Tygodnik Ilustrowany”. Projektował również reklamy, neony i witryny. Wykładał technikę reklamy w warszawskiej Miejskiej Szkole Handlowej. Po II wojnie światowej wznowił działalność artystyczną, został m.in. kierownikiem artystycznym i technicznym w Zakładach Graficznych W. Głowczewskiego.

W katalogu il. nr: 44.

### STEFAN JULIUSZ NORBLIN

Urodzony w 1892 r. w Warszawie, zmarł w 1939 r. w Indiach. W 1913 r. ukończył Akademię Handlową w Antwerpii. Możliwe również, że studiował w Akademii Sztuk Pięknych w Dreźnie. Zajmował się malarstwem, rysunkiem, plakatem oraz scenografią. W 1914 r. pracował w Londynie jako ilustrator. Po powrocie do kraju współpracował z wydawnictwami: Arcta, Mortkowicza, Gebethnera i Wolffa, a także z „Rojem”, „Biblioteką Groszową”, „Płomyczkiem”, Księgarnią św. Wojciecha. Pracował również dla czasopism: „Szczutek”, „Teatr i Życie Wytworne” oraz „Tęcza”. Plakatem zajmował się od 1916 r. Wykonał szereg plakatów dla filmu, PKP, przemysłu, handlu i turystyki. W latach 1934-1939 był członkiem KAGR. W katalogu il. nr: 24; 50; 78.

### BOHDAN BARTŁOMIEJ NOWAKOWSKI

Urodzony w 1887 r. w Warszawie, zmarł w 1945 w Broniszowie koło Kazimierzy Wielkiej. W latach 1910-1914 studiował w Monachium, a następnie w warszawskiej Szkole Sztuk Pięknych. Od 1922 r. pracował w Związku Spółdzielni Spożywców „Społem” jako kierownik artystyczny wydawnictw. Zajmował się ilustracją, grafiką użytkową, plakatem, karykaturą. Współpracował z czasopismami satyrycznymi, ilustrował książki dla dzieci. Autor wielu plakatów propagandowych i filmowych.

W katalogu il. nr: 17.

### MACIEJ NOWICKI

Urodzony w 1910 r. w Kraju Zabajkalskim, zginął w 1951 r. w katastrofie samolotowej. W latach 1920-1922 uczył się w Chicago w Art Institute. Po powrocie do kraju uczęszczał do Szkoły Rysunkowej Wojciecha Gersona, a następnie w latach 1929-1936 studiował na Wydziale Architektury Politechniki Warszawskiej. Zajmował się architekturą i grafiką. Projektował wnętrza sklepowe. W 1931 r. wraz ze Stanisławą Sandecką założył pracownię dekoracyjno-graficzną. W dziedzinie plakatu zadebiutował w 1932 r. Współpracował z żoną S. Sandecką oraz z J. Hryniewieckim. Należał do KAGR.

W katalogu il. nr: 30.



#### HENRYK NOWINA-CZERNY

Urodzony w 1900 r. w Warszawie, zmarł w 1958 r. w Toronto. Studiował w Szkole Sztuk Pięknych w Warszawie. Zajmował się architekturą wnętrz, malarstwem, grafiką użytkową i ilustracją. W 1920 r. wraz z F. Szczęsnym-Kowarskim założył w Toruniu Zakład Graficzny „Sztuka”. Był członkiem agencji graficzno-reklamowej „Grafik” oraz członkiem założycielem KAGR.

W katalogu il. nr: 29.

#### STEFAN OSIECKI

Urodzony w 1902 r. w Warszawie, zmarł w 1977 r. tamże. W latach 1920-1929 studiował na Wydziale Architektury Politechniki Warszawskiej. Zajmował się architekturą, grafiką użytkową, filmem i wystawiennictwem. W dziedzinie plakatu współpracował z J. Skolimowskim oraz J. Hryniewieckim. Był jednym z członków KAGR. Uczestniczył w wystawach krajowych i zagranicznych. Po II wojnie światowej wznowił działalność artystyczną w Londynie.

W katalogu il. nr: 73.

#### STANISŁAWA SANDECKA

Urodzona w 1912 r. w Pułtusk. W latach 1930-1936 studiowała na Wydziale Architektury Politechniki Warszawskiej. Zajmowała się architekturą, grafiką użytkową oraz plakatem. W dziedzinie plakatu współpracowała z mężem M. Nowickim, z którym w 1932 r. założyła studio dekoracyjno-graficzne. Brała udział w wystawach krajowych i zagranicznych. Uczestniczyła również w konkursach: I nagroda za plakat serii Państwowa Loteria Klasowa (1933), I nagroda za plakat reklamujący Tow. Budowy Osiedli w Gdyni (1934). Po II wojnie światowej wznowiła działalność w USA.

W katalogu il. nr: 30.

#### STANISŁAW SAWICZEWSKI

Urodzony w 1866 r. w Krakowie, zmarł w 1943 r. w Warszawie. W latach 1882-1888 studiował w krakowskiej Szkole Sztuk Pięknych, a następnie w latach 1891-1893 w Akademii Sztuk Pięknych w Monachium i Wiedniu. Zajmował się rysunkiem, malarstwem, ilustracją i plakatem. Od 1918 r. współpracował z „Ty-

godnikiem Ilustrowanym", a od 1920 r. pracował w II Oddziale Propagandy Armii Ochotniczej, gdzie projektował plakaty i ulotki.

W katalogu il. nr: 7.

#### KAZIMIERZ SICHULSKI

Urodzony w 1879 r. we Lwowie, zmarł w 1942 r. tamże. Studiował prawo we Lwowie, a następnie w latach 1900-1904 malarstwo w krakowskiej Akademii Sztuk Pięknych i Kunstgewerbeschule w Wiedniu. Uzupełniał studia w Monachium, Dreźnie, Paryżu i we Florencji. Zajmował się malarstwem, grafiką użytkową i ilustracją. Był członkiem Towarzystwa Artystów Polskich „Sztuka” i wykładowcą w krakowskiej ASP. Fascynował się sztuką ludową Podhala i Huculszczyzny.

W katalogu il. nr: 57.

#### WŁADYSŁAW SKOCZYŁAS

Urodzony w 1883 r. w Wieliczce, zmarł w 1934 r. w Warszawie. Od 1901 r. studiował w Kunstgewerbeschule w Wiedniu, a następnie w latach 1904-1906 w Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie. Uzupełniał studia w Paryżu. Zajmował się malarstwem, rzeźbą, grafiką artystyczną, rzadziej użytkową, projektował kilimy i plakaty. Uczył rysunku w II Szkole Realnej we Lwowie i w Szkole Przemysłu Drzewnego w Zakopanem. Wykładał grafikę i rysunek na Wydziale Architektury Politechniki Warszawskiej, założył Katedrę Grafiki w warszawskiej Szkole Sztuk Pięknych. Prezes Towarzystwa „Sztuka Podhalańska”, współzałożyciel Związku Polskich Artystów Grafików, w 1922 r. współzałożyciel Stowarzyszenia Artystów Plastyków „Rytm” oraz inicjator Stowarzyszenia Polskich Artystów Grafików „Ryt”. W 1925 r. otrzymał grand prix na Międzynarodowej Wystawie Sztuk Dekoracyjnych i Nowoczesnego Przemysłu w Paryżu.

W katalogu il. nr: 55.

#### BOLESŁAW SURAŁŁO

Urodzony w 1906 r. w Chersoniu, zginął w 1939 r. w obronie „Grunwaldu” Jana Matejki w Lublinie. W latach 1921-1926 studiował w Miejskiej Szkole Sztuk Zdobniczych i Malarstwa w Warszawie, a następnie w warszawskiej Akademii Sztuk Pięknych, gdzie w 1934 r. otrzymał dyplom z malarstwa. Zajmował się ma-



larstwem, grafiką artystyczną i użytkową, projektowaniem wnętrz, reklam ulicznych, dekoracji teatralnych i filmowych, a także plakatem i wystawiennictwem. W dziedzinie plakatu współpracował z T. Kryszakiem. Uczestniczył w wystawach krajowych i zagranicznych. Był członkiem KAGR, w 1937 r. założył atelier grafiki artystycznej i reklam „AGAR”.

W katalogu il. nr: 24; 65.

#### LEON JAN WŁODARCZYK

Urodzony w 1903 r. w Warszawie. Grafik.

W katalogu il. nr: 79.





## BIBLIOGRAFIA

- Bojko S., *Polska sztuka plakatu: początki i rozwój do 1939 roku*, Warszawa 1971.
- Brzeziński H., *Gospodarcze i społeczno-kulturalne osiągnięcia Polski w okresie międzywojennym 1918-1939*, „Mixer”, [Ottawa] 2003, nr 32.
- Czarnocka K., *Półtora wieku grafiki polskiej*, Warszawa 1962.
- Dobek-Ostrowska B., Fras J., Ociełka B., *Teoria i praktyka propagandy*, Wrocław 1997.
- Dydo K., *100 lat polskiej sztuki plakatu*, Kraków 1993.
- Ellul J., *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*, red. A. A. Knopf, New York 1965.
- Ferenc M., *Plakat jako narzędzie propagandy politycznej i społecznej w okresie dwudziestolecia międzywojennego w Polsce*, Warszawa 2010 (praca niepublikowana).

- Irzykowski K., *Nieco o duchu żołnierza polskiego*, [w:] *Śladami Bitwy Warszawskiej 1920*. Żeromski, Irzykowski, Grzymała-Siedlecki, oprac. M. Puchalska i Z. Stefanowska, Warszawa 1990.
- Januszkiewicz M. J., Pleskaczyński A., *Podręcznik Poznańczyka albo 250 dowodów wyższości Poznania nad resztą świata*, Poznań 2002.
- Jarecka U., *Propaganda wizualna słusznej wojny: media wizualne XX wieku wobec konfliktów zbrojnych*, Warszawa 2008.
- Karamańska M., *Słownictwo polityczne Drugiej Rzeczypospolitej Polskiej w latach 1926-1939*, Kraków 2007.
- Kłoskowska A., *Kultura masowa: krytyka i obrona*, wyd. 2, Warszawa 1980.
- Krech D., Crutchfield R., *Theory and Problems of Social Psychology*, New York 1948.
- Krzywoszewski S., *Propaganda polska*, „Świat”, 1920, nr 34.
- Kula H. M., *Propaganda współczesna: istota, właściwości*, Toruń 2005.
- Kuśmierski S., *Świadomość społeczna, opinia publiczna, propaganda*, Warszawa 1987.
- Leiwand A., *Polski plakat propagandowy w okresie wojny polsko-sowieckiej (1919-1920)*, [w:] *Studia z dziejów Rosji i Europy Środkowo-Wschodniej*, red. P. Łossowski, t. 28, Wrocław 1993.
- Mędrzecki W., *Spółeczeństwo Drugiej Rzeczypospolitej*, 2008 (dostęp: 25.08.2014), źródło: <http://www.dwudziestolecie.muzeum.pl/index.php?dzial=latadwudziestez>.
- Od Młodej Polski do naszych dni – katalog wystawy plakatu*, Muzeum Narodowe w Warszawie, red. J. Zanoziński, Warszawa 1966.
- Pierwsze półwiecze polskiego plakatu 1900-1950*, red. P. Rudziński, Lublin 2009.
- Pszczółowski T., *Umiejętność przekonywania i dyskusji*, Warszawa 1962.
- Sieradzka A., *Polski plakat Art Déco w zbiorach Muzeum Etnografii i Rzemiosła Artystycznego we Lwowie*, Kozłówka, Muzeum Zamoyskich, 2005.
- Skoczyła W., *Sztuka a społeczeństwo*, „Zeszyty ASP w Warszawie”, 1984, nr 4 (10).
- Słoniński A., *Tadeusz Gronowski*, „Wiadomości literackie”, 1924, nr 8.
- Słownik artystów polskich i obcych w Polsce działających*, t. 5, Warszawa 1993.
- Szablowska A., *Tadeusz Gronowski: sztuka plakatu i reklamy*, Warszawa 2005.
- Szablowska A., Seńkiw M., *Plakat polski ze zbiorów Muzeum Etnografii i Przemysłu Artystycznego Instytutu Narodoznawstwa Narodowej Akademii Nauk Ukrainy we Lwowie*, Warszawa 2009.
- Szczotka S., *Wizerunek bolszewika w polskich plakatach propagandowych z wojny polsko-rosyjskiej 1919-1920 roku ze zbiorów Muzeum Niepodległości*



- (dostęp: 15.07.2014), źródło: [http://www.muzeum-niepodleglosci.home.pl/konferencja/referaty\\_/8.%20mgr%20Sylvia\\_Szczotka\\_wizerunek\\_bolszewika.pdf](http://www.muzeum-niepodleglosci.home.pl/konferencja/referaty_/8.%20mgr%20Sylvia_Szczotka_wizerunek_bolszewika.pdf).
- Szczyпка-Gwiazda B., *Perswazja – propaganda – władza: spojrzenie na dzieła polskiego plakatu plebiscytowego na Śląsku*, [w:] *Znak, znaczenie, komunikacja*, red. M. Juda, Katowice 2002.
- Szulczewski M., *Propaganda polityczna: pojęcia – funkcje – problemy*, Warszawa 1971.
- Szulczewski M., *Propaganda polityczna: zarys problematyki teoretycznej*, Warszawa 1972.
- Wallis M., *Grafika użytkowa Związku Stuchaczy Architektury Polskiej Politechniki Warszawskiej. Wystawy, „Wiadomości literackie”, 1934, nr 13.*
- Wojciechowski J., *Plakat polityczny i druk ulotny II Rzeczypospolitej*, [w:] *Plakat i druk polityczny Polski międzywojennej: katalog wystawy 17 września – 15 października 1997*, Radom 1997.



Wydawca  
Archiwum Państwowe w Lublinie  
Naczelna Dyrekcja Archiwów Państwowych

Redaktor tomu  
Piotr Dymmel

Recenzent  
Prof. dr hab. Lechosław Lameński

Copyright by Archiwum Państwowe w Lublinie  
ISBN 978-83-938833-8-7  
ISBN 978-83-64806-32-2

Skany  
Marek Krzykała i Karol Szejgiec

Korekta  
Anna Paprocka

Projekt graficzny i skład  
Amadeusz Targoński  
[www.targonski.pl](http://www.targonski.pl)

Dofinansowano ze środków Naczelnej Dyrekcji Archiwów Państwowych

Druk i oprawa  
Petit Skład–Druk–Oprawa  
Wojciech Guz i Wspólnicy Spółka Komandytowa  
ul. Tokarska 13, 20-210 Lublin  
[www.petit.lublin.pl](http://www.petit.lublin.pl)